ISSN 0939-6225

Telekom-Monitor

März 1991 | Die Mitarbeiterzeitung der Telekom | 3/91

Messe-Highlights - D1 und ISDN im Rampenlicht

Die diesjährige CeBIT, Fachschau für Computer, Büro- und Informationstechnik vom 13. bis 20. März in Hannover, schreibt Telekom-Geschichte. Mit neuem optischem Auftritt präsentiert sich das größte Telekommunikationsunternehmen Europas, die Telekom, erstmals im Kleid des neuen Firmendesigns auf dieser weltweit anerkannten Ausstellung. Die Telekom präsentiert in drei Hallen High-Tech für Sprach-, Text- und Datenkommunikation.

Auf über 2000 Quadratmeter Ausstellungsfläche setzt die Telekom in diesem Jahr zwei Schwerpunkte: die Mobilkommunikation mit dem neuen D1-Netz und dem diensteintegrierenden Netz ISDN (Integrated Services Digital Network).

D1 ist ein neues, digitales paneuropäisches Mobilfunknetz. Es soll langfristig dem C-Netz, das bis über das Jahr 2000 verfügbar sein wird, mit neuen Anwendungsmöglichkeiten, Leistungsmerkmalen und erhöhter Übertragungsqualität nachfolgen.

Ab 1. Juli 1991 wird das digitale Mobilfunknetz D1 in Betrieb genommen. Und erstmals wird Telekom bei einem öffentlichen Mobilfunkdienst im Wettbewerb mit einem starken zweiten Anbieter stehen, dem D2-Netz des Mannesmann-Konsortiums. Bis Ende dieses Jahres sollen 300 D1–Basisstationen aufgebaut sein – etwa zwei Drittel der Bevölkerung werden dann über das D1-Netz unter der einheitlichen Vorwahl 0171 erreichbar sein, in der Startphase zunächst im Rhein-Main- und Rhein-Ruhr-Gebiet.

Das D1-Netz ist ISDN-kompatibel. 3,5 bis 4 Milliarden Mark wird die Telekom in diese neue Technologie investieren und so die sprunghaft steigende Nachfrage nach Mobilkommunikation befriedigen.

Im Bereich von ISDN, dem diensteintegrierenden digitalen Fernmeldenetz, unterstützt die Telekom verstärkt dessen Anwendung in Firmen. Dafür werden große Investitionen in den weiteren Ausbau getätigt.

Seit der Inbetriebnahme des ISDN-Teilnetzes auf der CeBIT in Hannover 1989 hat die Telekom Kooperationsvereinbarungen mit etlichen ISDN-Anwendern abgeschlossen, darunter Firmen aus Handel, Kreditwesen, dem Druck- und Verlagsgewerbe. Die Vorstellung solcher und weiterer Anwendungen spielt in Hannover eine wichtige Rolle, denn das ISDN-Konzept der Telekom ist kundenorientiert. Es bietet auf den Anwender zugeschnittene Kommunikationslösungen, die sich für die Nutzer in Mark und Pfennig auszahlen.

ISDN und digitalisiertes Mobilfunknetz – damit präsentiert die Telekom modernsten technischen Standard und stellt als größtes europäisches Telekommunikationsunternehmen seine internationale Konkurrenzfähigkeit unter Beweis.

Zauberei? – Nein, es ist Magnetismus, der den Würfel mit dem D1-Zeichen scheinbar schwerelos schweben läßt. Dieser Blickfang weist Besucher zum Telekom-Stand in Halle 16

CORPORATE DESIGN
DER NEUE AUFTRITT

Seit der Postreform vor gut einem Jahr ist die Telekom ein selbständiges Unternehmen, das sich aus eigener Kraft im freien Wettbewerb behaupten muß. Die neue Situation stellt für jeden Mitarbeiter eine persönliche Herausforderung dar. „Wir – alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – repräsentieren das Unternehmen Telekom," betont der Vorstandsvorsitzende Helmut Ricke. „Die Art und Weise, wie jeder einzelne von uns denkt und handelt, wird von der Öffentlichkeit mit dem Unternehmen gleichgesetzt."

Ein neues Unternehmen benötigt auch als Ganzes eine neue Identität und „Persönlichkeit". Immerhin werten Kunden auch den äußeren Auftritt der Telekom als Ausdruck ihrer Kompetenz, ihrer Fortschrittlichkeit und ihrer Spitzenstellung im Telekommunikationsmarkt. Vor der Postreform war die Deutsche Bundespost als Behörde vom Wettbewerb unabhängig. Damals spielte das Corporate Design für sie nur eine geringere Rolle. Um sich jedoch auf dem nationalen und internationalen Markt zu behaupten, darf die Telekom auf den Profilierungsfaktor Corporate Design nicht verzichten. Ihre Mitbewerber nutzen ohnehin die Vorteile eines ausgeprägten unternehmensspezifischen Auftritts.

Die Telekom hat daher einen Prozeß in die Wege geleitet, der sie – beginnend mit dem Corporate Design (CD) – zu einer neuen Unternehmensidentität führt. Ziel des Corporate Design ist es, diesen Prozeß einzuleiten und dabei auf bestehende Elemente zurückzugreifen. Keinesfalls sollen revolutionäre Änderungen eingeführt werden.

Auf der CeBIT 1991 wird das neue Konzept erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt.

Die neue Wortmarke signalisiert den Wandel der Telekom. Als Unternehmensmarke steht sie symbolisch für die Leistungen der Telekom: die Übertragung von Sprache, Text, Daten und Bildern. In unveränderter Form erscheint das Posthorn. Es bildet die visuelle Brücke zur Herkunft des Unternehmens. Der Wechsel von Buchstaben und Punkten in der

Fortsetzung Seite 2

Neuer Dienst in Dresden

Chekker startet in der sächsischen Elbmetropole

Vorstand Klaus Hummel führt das erste Chekker-Gespräch in Dresden

Als erste Region in den neuen Bundesländern hat der Wirtschaftsraum Dresden Anschluß an den Telekom-Mobilfunkdienst Chekker erhalten. Damit eröffnen sich in der Elbmetropole neue Perspektiven für die Kommunikation innerhalb der gewerblichen Wirtschaft. Kurierdienste, Güternahverkehr, Baugewerbe, Handwerks- und Taxibetriebe können jetzt eine kostengünstige Funktechnik anwenden, die den Leistungsumfang des konventionellen Betriebsfunks erheblich erweitert.

„Können Sie mich gut empfangen?" Mit dieser vorsichtigen Frage von Klaus Hummel, Telekom-Vorstand für den Bereich Breitbanddienste, Rundfunk und Öffentlicher Mobilfunk, nahm am 30. Januar 1991 um 12.45 Uhr das öffentliche Bündelfunknetz Chekker den Betrieb in Dresden auf.

Vor rund 250 geladenen Gästen und laufenden Kameras gelang der berühmte „Druck auf den roten Knopf" auf Anhieb. „Ja freilich, ich höre Sie klar und deutlich," meldete sich der Gesprächspartner aus dem Fernmeldeamt Dresden.

Fortsetzung Seite 8

Der Telekom-Kurs für '91

„Die Aufstellung von Unternehmenszielen ist keine Schreibtischübung, um sprachliche Formulierungskünste und grafische Kreativität beim Entwerfen von Schaubildern zu testen. Mit der Aufstellung von Unternehmenszielen wird vielmehr die Meßlatte geschaffen, an der der Erfolg einer Organisation abgelesen wird."

So Telekom-Vorsitzender Helmut Ricke in Bonn auf einer Veranstaltung für die Geschäftsbereichsleiter der Generaldirektion und der Bereichsleiter der Außenverwaltung, über den Kurs des Unternehmens im zweiten Jahr nach der Reform des nationalen Fernmeldewesens. Der Telekom-Chef läßt keinen Zweifel daran, daß er von sich und seinen Mitarbeitern energischen Einsatz und vorzeigbare Ergebnisse fordert.

Energischer Einsatz und vorzeigbare Ergebnisse sind gefordert

Indes sind die beiden zentralen Herausforderungen für die Telekom wohl jedem Mitarbeiter und auch der breiten Öffentlichkeit bestens bekannt. Erstens geht es um die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit, und zwar sowohl zuhause als auch auf dem Weltmarkt. Zweitens gilt es, die Telekommunikationsinfrastruktur in den neuen Ländern zu modernisieren und aufzubauen.

Es sind allerdings die neuen Akzente, die Ricke intern in Bonn vor den Bereichsleitern setzte, die aufhorchen lassen. Das Arbeitspensum, das sich die Telekom vor dem Hintergrund der langfristigen Zielsetzung verschreibt, ist naturgemäß groß und komplex. Aber es kommt, so betonte Ricke, noch etwas Besonderes hinzu. Dieses Telekom-spezifische Element ist der gleichzeitige interne Prozeß der Umgestaltung von einer verwaltenden Behörde zu einem marktorientierten Dienstleistungsunternehmen. Das Nebeneinander von internem Wandel und unternehmerischer Neuorientierung gibt dem Kurs des „Supertankers" Telekom sozusagen die spezielle Note.

In Bonn fand Ricke dafür ein treffendes Bild: „Es gilt, die Telekom auf Kurs zu halten, während gleichzeitig im Tagesgeschäft die einzelnen Decks und Abteilungen des Supertankers Stück für Stück umgebaut werden." Zugegeben eine Aufgabe, für die Schreibtisch-Navigation allein nicht ausreicht.

Deshalb die neuen Akzente und Schwerpunkte für das laufende Jahr. So gibt es im Zuge des organisatorischen Wandels künftig 21 Geschäftsfelder, die allesamt kunden- und marktorientiert arbeiten werden. Beginnend mit dem Geschäftsfeld Funktelefon erfolgen fortlaufend die Planungen für bespielsweise Telefondienst, Privatkunden, netznahe Mehrwertdienste oder Informationsdienste.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt darin, Wettbewerbsbereiche wie den Mobilfunk als ein Kerngeschäft zu behandeln. In diesen schnell wachsenden Märkten, deren Anteil am Gesamtumsatz stetig zunimmt, muß sich die Telekom als ein flexibel agierendes Unternehmen bewähren.

Apropos Flexibilisierung. Sie ist, so der Kurs für 1991, verstärkt gefordert bei Beschaffung und Einkauf sowie in der Spezialisierung und Differenzierung des Angebots für Kunden.

Für Telekom sind die Ziele somit hochgesteckt. Es geht – in einem Wort – um ihre Position als eine führende Kraft im deutschen, europäischen und weltweiten Telekommunikationsmarkt.

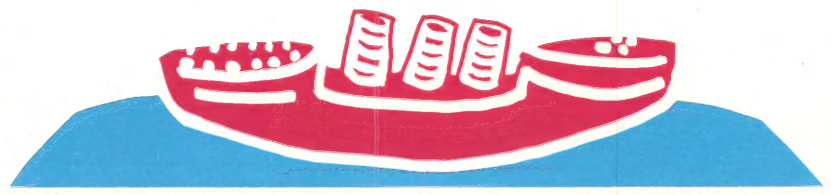
Bargeld ade

Zusammen mit dem Computer-Hersteller IBM will die Telekom vom wachsenden Interesse an bargeldlosen Zahlungssystemen profitieren.

Dazu haben die beiden Kommunikationsunternehmen in Stuttgart ein Gemeinschaftsunternehmen gegründet, dessen Eigenkapital von 2,5 Millionen Mark sie jeweils zur Hälfte beisteuern.

Die neue Telecash Kommunikations-Service GmbH hat als Kunden vor allem Einzelhändler im Visier. Angeboten werden komplette Systeme zur Abwicklung von „electronic cash", bei denen der Kunde mit Euroscheckkarte und Geheimnummer bezahlen kann oder auch mit Kreditkarte. Mit Telecash betreten die Bonner Fernmelder neues Terrain: Zum erstenmal bieten sie gemeinsam mit einem Partner ein komplettes Service-Paket an, das nicht in ihr angestammtes Geschäftsfeld Telekommunikation fällt. Da die Telekom auf ihren ureigensten Gebieten zunehmend Konkurrenz bekomme, müsse sie nach neuen Tätigkeitsbereichen Ausschau halten, um den Umsatz zu erhöhen und die Wirtschaftlichkeit zu sichern, erläutert Telekom-Vorstand Horst Gellert die Strategie der Telekom.

Was es mit „electronic cash" im einzelnen auf sich hat, lesen Sie auf Seite 5.



TELEKOM INTERN
Telekom zwischen Staatsmonopol und Privatwirtschaft - wo beginnt die Unabhängigkeit? Interview mit Helmut Ricke auf
Seite 2

DER KUNDE IST KÖNIG
Ein besonderer Service für besondere Kunden
Geschäfts- und Großkundenvertrieb neu organisiert
Seite 3

ARBEIT UND SOZIALES
Start der Lohnrunde in Stuttgart
Erste Etappe ist abgeschlossen
Näheres dazu auf
Seite 6

DIE NEUEN BUNDESLÄNDER
Stimmungsbarometer
Frust und Lust zwischen Rostock und Chemnitz
Umfrage auf
Seite 8

AUS ALLER WELT
Besuch der Rad-WM in Stuttgart zu gewinnen
Lesen Sie mehr zu unserem Gewinnspiel auf
Seite 12

TELEKOMMENTAR

ZEITUNG VOM BRIEF ZUR

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

„TelekomMonitor“ heißt die neue monatliche Zeitung für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unseres Unternehmens. Der „Mitarbeiterbrief“, der den Start der Telekom als eigenständiges Unternehmen im Januar des vergangenen Jahres über acht Ausgaben begleitet hat, geht somit in eine umfangreichere und, so die Zielsetzung, noch besser nutzbare Publikation auf.

Gemessen an den Leserreaktionen auf die zurückliegenden Mitarbeiterbriefe setzen sich viele Telekom-Mitarbeiter intensiv mit „ihrem Medium“ auseinander. Eine bloße kosmetische Auffrischung nach dem leichtfertigen Motto „bunter, größer, teurer!“ verbietet sich von selbst. Weshalb also „TelekomMonitor“?

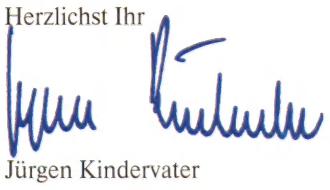
Dafür gibt es mehrere Gründe. Zum einen haben sich die Ziele der Telekom und damit der Bedarf an Informationen über diese neuen Ziele seit Januar 1990 grundlegend erweitert. Zum Beispiel „Telekom 2000“. Mit dem Projekt zum weiteren Ausbau und zur Modernisierung der Telekom-Infrastruktur in den neuen Bundesländern stehen wir vor einer der weltweit anspruchsvollsten Aufgaben im Telekommunikationsmarkt. Zum Beispiel Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in einem nationalen und internationalen Markt für Dienste und Endgeräte. Dazu sind Vorhaben wie „Geschäftsfeldabgrenzungen“ oder „Neugestaltung von Tarifstrukturen“ umzusetzen, wovon im Tagesgeschäft alle Mitarbeiter berührt sein werden.

Ausschlaggebend für den Start von „TelekomMonitor“ aber ist die Einlösung der selbstgesetzten Unternehmensprinzipien. Wir können nur dann ein markt- und kundenorientiertes Unternehmen werden, wenn jeder einzelne sich mit diesen Zielen identifizieren kann.

Für „TelekomMonitor“ folgt, daß die Zeitung erst dann ihren Namen verdient, wenn sie ihrerseits einen Serviceauftrag verwirklicht und das Interesse der Mitarbeiter am Unternehmen klar in den Mittelpunkt stellt. Weder „Fachblatt“ noch „Jubel-Postille“, sondern „offene Mitarbeiterinformation“ – so lautet das Konzept.

Größer, bunter, umfangreicher ist der neue Auftritt schon. Denn damit wird auch die Telepost abgelöst. Wir sind uns das, bitteschön, schuldig. Und außerdem: Hat umweltfreundlich chlorfrei gebleichtes Papier jemals schöner ausgesehen?

Herzlichst Ihr



Jürgen Kindervater

Telekom zwischen Staatsmonopol und Privatwirtschaft - wo beginnt die Unabhängigkeit?

Die jüngste Diskussion über Gebührenerhöhungen und Privatisierung wurde in der Presse oft mit der Frage nach der Unabhängigkeit der Telekom als Unternehmen gegenüber der Politik in Verbindung gebracht. „TelekomMonitor“ ging direkt zum Telekom-„Chef“ Helmut Ricke und bat um klare Aussagen.

TM: Herr Ricke, vor ziemlich genau einem Jahr ist das Unternehmen nicht zuletzt deshalb gegründet worden, um den Aufbau und Betrieb der Telekommunikation in Deutschland von politischen Einflüssen freizuhalten. Nun zwingt Sie die politische Entscheidung, zwei Milliarden Mark in die Bundeskasse zu zahlen, zu Gebührenerhöhungen. War die Reform denn nur ein Etikettenschwindel?

Helmut Ricke: Nein, so kann man dies nicht sehen. Natürlich können weder die Telekom noch ihre Kunden über diese Maßnahmen erfreut sein. Es bestand jedoch nie Zweifel daran, daß der Staat als Eigentümer des Unternehmens Telekom weiterhin große Einflußmöglichkeiten hat.

TM: Welche Einflußmöglichkeiten sind dies? Erwarten uns vielleicht noch weitere Überraschungen?

Helmut Ricke: Das Poststrukturgesetz verpflichtet den Postminister, darauf zu achten, daß das Handeln der Unternehmen der Deutschen Bundespost mit den Zielen der Bundesregierung übereinstimmt. Gebührenänderungen im Monopolbereich sind laut Gesetz vom Minister zu genehmigen. Ebenso kann er im Monopolbereich Lizenzen an Private vergeben. Im Sinne der ordnungspolitischen Verantwortung des Ministers sind diese Dinge im Poststrukturgesetz verankert. Da kann man sicher nicht von Überraschungen sprechen.

TM: Wo liegen denn die wesentlichen Unterschiede im Vergleich zu früher?

Helmut Ricke: Heute entscheidet der Vorstand des Unternehmens Telekom über Fragen der Dienste, Gebühren im Wettbewerbsbereich und Investitionsprogramme. So ist die Entscheidung über den Aufbau der Telekommunikation in den neuen Bundesländern beispielsweise allein vom Vorstand der Telekom getroffen worden. Daß wir dabei politische Zielvorgaben beachten müssen und gegenüber dem Aufsichtsrat verantwortlich sind, sind Dinge, die auch in der Privatindustrie üblich sind. Früher waren die Entscheidungen der damaligen Bundespost gleichzeitig Entscheidungen der politischen Führung, also des Ministers. Ein unternehmerischer Vorstand kann hier viel sachbezogener, ohne politische Zwänge entscheiden.

TM: Wäre denn da der konsequente Schritt zu einem rein privaten Unternehmen Telekom nicht sinnvoller gewesen?

Helmut Ricke: Ich meine, die Frage stellt sich derzeit so nicht. Es gehört zum neuen Selbstverständnis der Telekom, alle Spielräume, die der Gesetzgeber heute bietet, flexibel zu nutzen, um kundennah, marktorientiert und kaufmännisch richtig, ja unternehmerisch zu agieren. Diesen Weg werden wir konsequent beschreiten. Letztlich wird die Entwicklung am Markt zeigen, welche Unternehmensform für die Telekom als Unternehmen im Wettbewerb mit gesetzlichen Infrastrukturaufträgen auf Dauer zu optimalen Ergebnissen führt.

TM: Die Frage der Privatisierung der Telekom ist gerade mit dem Ausbau der Telekommunikationsstruktur in den neuen Bundesländern wieder aufgeworfen worden. Könnte ein Privatunternehmen hier nicht effektiver arbeiten?

Helmut Ricke: Ich halte dies für ausgeschlossen. Wir haben wirklich alle Reserven mobilisiert, um in kürzester Zeit in den neuen Bundesländern die Voraussetzung für eine vernünftige Telekommunikation zu schaffen. Hier hätte auch ein Privatunternehmen Telekom keine besseren Möglichkeiten gehabt. Aber selbst wenn der eine oder andere daran Zweifel haben sollte, halte ich eine Grundsatzdiskussion über die Privatisierung zum jetzigen Zeitpunkt für wenig hilfreich. Es kommt jetzt darauf an, daß wir mit vereinten Kräften unsere Aufgaben erfüllen.

TM: Herr Ricke, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Die Auslandsbüros starten durch

Die fortschreitende Liberalisierung des Post- und Fernmeldewesens in den Industrieländern, die schnellere Abfolge technologischer Innovationen und die Schlüsselfunktion von Informations- und Kommunikationstechniken für moderne Volkswirtschaften haben den Telekommunikationsmarkt weltweit verwandelt.

Geprägt wird dieser Markt durch zwei scheinbar widersprüchliche Bedingungen. Einerseits herrscht ein handfester internationaler Wettbewerb. Andererseits sind nationale Telekommunikationsgesellschaften immer stärker auf

TOKIO

Deutsche Bundespost TELEKOM K.K.
President: Paul Kuhn
Bancho-House 29-1 Ichiban Cho
CHIJODA KU Tokyo 102
Telefon: 0081-3-5275-6375
Telefax: 0081-3-5275-6376

Kooperation angewiesen, um die Nachfrage der Geschäfts- und Privatkunden nach erhöhtem Service und einem vielseitigen Diensteangebot zu erfüllen. Den Bedingungen auf dem weltumfassenden Dienstleistungsmarkt und den veränderten Bedürfnissen der Kunden hat das größte Telekommunikationsunternehmen Europas, die Telekom, mit der Gründung von fünf Tochtergesellschaften im Ausland Rechnung getragen (siehe „Mitarbeiterbrief“ 2/90, 6/90).

N.Y.

Deutsche Bundespost TELEKOM Inc.
President: Herbert Wirz
666 Fifth Avenue, Suite 3701
New York, NY 10103
Telefon: 001-212-541-3900
Telefax: 001-212-541-3799

Diese Tochtergesellschaften der Telekom sind in Tokio, New York, London, Brüssel und Paris ansässig. In dieser Reihenfolge wurden sie, bis auf die bevorstehende Eröffnung in Paris in diesem Frühling, offiziell eingeweiht. Die Brüsseler Niederlassung wurde im Januar dieses Jahres eröffnet, in Tokio war die Premiere bereits im Juni 1990. Die einzelnen Auslandsgesellschaften firmieren jeweils in der landestypischen Rechtsform (siehe Anschriften), die der deutschen Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) am nächsten

LONDON

Deutsche Bundespost TELEKOM Ltd.
Managing Director: Ernst Stoll
Hammersley House, 5-8 Warwick Street
London W1R 5RA
Telefon: 0044-71-287-1711
Telefax: 0044-71-287-5099

kommt. Neben der Repräsentanzfunktion gehören Kundenakquisition, Marktbeobachtung und die Wegbereitung für Kooperationen und Gemeinschaftsunternehmen zu den Hauptaufgaben der Auslandstöchter. Als „älteste“ ausländische Telekom-Gesellschaft hat sich die DBP TELEKOM K.K. in Tokio schon einen festen Platz im Markt geschaffen. Paul Kuhn, Präsident der Gesellschaft, leitet einen Stab von sieben Mitarbeitern, jeweils zwei japanische Sekretärinnen und Ingenieure sowie drei weitere deutsche Ingenieure. Das Büro hält engen Kontakt zu den wichtigsten einheimischen Telekommunikationsgesellschaften (NTT, KDD, IDC, ITJ) und arbeitet an konkreten Netzplanungen für Großkunden. Der aktuelle Arbeitsplan läßt auf einen vollen Terminkalender des Teams schließen: Geplante Aufnahme des ISDN-Service zwischen

BRÜSSEL

Deutsche Bundespost TELEKOM S.A:
Administrateur Dèlèguè: Dietmar Schulz
Tervurenlaan 27
B-1040 Brüssel
Telefon: 0032-2-73-56566
Telefax: 0032-2-73-57739

Japan und Deutschland im April; Vorbereitung und Betreuung der Messe „Communications Tokyo '91“; die Einrichtung eines Video-Konferenzstudios; Vermarktung von Telefonkarten an Reisende nach Deutschland; Vermarktung des VSAT-Service; Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für die gesamten Tele-

PARIS

Deutsche Bundespost TELEKOM S.A.R.L.
Geschäftsführer: Udo Hück
30, Rue Galilée
F-75016 Paris
Telefon: 0033-1-40-700000
Telefax: 0033-1-40-701651

kom-Dienste; Erstellung von Marktanalysen. „TelekomMonitor“ wird in regelmäßigen Abständen über die Arbeit der Auslandsbüros berichten.

CORPORATE DESIGN - DER NEUE AUFTRITT

(Fortsetzung von Seite 1)

Wortmarke erinnert übrigens an die Digitalisierung der Kommunikation.

Bestandteil der „Unternehmensgestalt“ ist auch eine Farbwelt, die sich aus mehreren Elementen zusammensetzt. Magenta ist die Hausfarbe der Telekom - übrigens war sie das schon vor dem Einsetzen der Postreform für den gesamten Fernmeldebereich. Mit dieser dynamischen Identifikationsfarbe setzt Telekom ein aktives Symbol des Aufbruchs und zeigt ihre unverkennbare Eigenständigkeit. Magenta ist auch die Entdekkungs- und Überraschungsfarbe. Dazu muß sie bewußt eingesetzt werden.

Zusammen mit anderen Ergänzungsfarben erzeugt Grau die High-Tech-Anmutung der Telekom. Als Hintergrundfarben treten Weiß und Schwarz auf.

Der neue Unternehmensauftritt ist ein entscheidender Profilierungsfaktor. Mit einer unverwechselbaren Farbkombination behauptet sich das Unternehmen im Wettbewerb. Der gezielte Einsatz der Unternehmensfarbe schafft künftig die Atmosphäre, mit der sich die Telekom identifiziert: modern, High-Tech-kompetent, positiv und sympathisch. „TelekomMonitor“ wird in Kürze ausführlich über das CD-Konzept berichten.

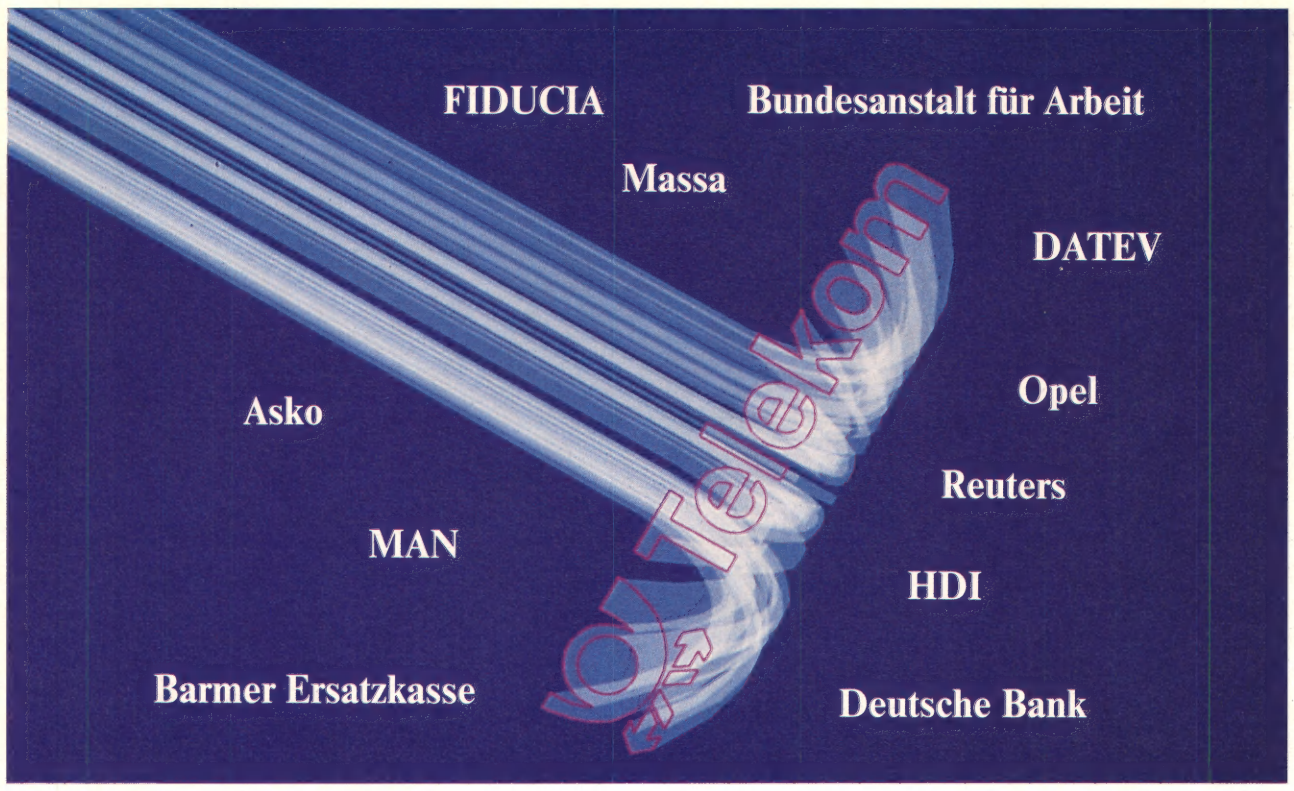
Ein besonderer Service für besondere Kunden

Geschäfts- und Großkundenvertrieb neu organisiert

Der Telekommunikationsmarkt in Deutschland wächst durch politische und technologische Einflüsse wie den Europäischen Binnenmarkt, die Deutsche Wiedervereinigung, die Entwicklung der Mikroelektronik und die Kommunikation als Produktionsfaktor weitaus dynamischer als andere Märkte. Die Telekom gehört zu den führenden Telekommunikationsanbietern in Deutschland. Intensive Kunden- und Marktorientierung sind für sie Grundvoraussetzung, um sich als Unternehmen auf diesem wettbewerbsorientierten Markt behaupten zu können.

Die Telekom hat daher ihre Vertriebsorganisation ganz im Interesse des Kunden ausgerichtet. Früher mußte ein bundesweit operierendes Unternehmen sich mit Fernmeldeämtern in ganz Deutschland auseinandersetzen. Jetzt hat der Kunde möglichst nur einen Ansprechpartner, dessen Aufgabe es ist, die Anforderungen bei Beratungen oder der Betreuung des Kunden zu erfüllen. Das Ergebnis dieser Ausrichtung an Organisationsprinzipien sind drei Vertriebslinien des Geschäftskundenvertriebes:

- **Standardisierung** im örtlichen Geschäftskundenvertrieb (öGKV). Das Prinzip der Standardisierung im öGKV bezieht sich auf Produkte mit geringer Komplexität, die flächendeckend in allen Fernmeldeämtern über die Vertriebseinheit öGKV vermarktet werden. Der örtliche Geschäftskundenvertrieb betreut vor allem kleine und mittlere Geschäftskunden und ist auf seinem Gebiet für alle Produkte dieser Kundengruppe verantwortlich, die nicht als komplex eingestuft wurden. Der öGKV ist neben dem Privatkundenvertrieb die Vertriebslinie, die in jedem Fernmeldeamt angesiedelt ist.
- **Differenzierung** im Spezialvertrieb (SpV). Die Differenzierung im Spezialkundenvertrieb führt zu einer deutlichen, produktorientierten Spezialisierung in der Kundenbetreuung. Aufgrund besonderer Erklärungsbedürftigkeit der Produkte werden Spezialvertriebe für vernetzte ISDN-Telekommunikationsanlagen, Mobilfunkdienste, Text- und Datenanwendung, internationale Netze sowie Bild- und Breitbandkommunikation eingerichtet. Diese speziellen Vertriebseinheiten befinden sich nur an ausgesuchten Standorten, wo das Kundenpotential Schwerpunkte in diesen Produktgruppen ausweist. Die Spezialvertriebe arbeiten übergreifend über Fernmeldeamts- und OPD-Grenzen hinweg. Durch diese Konzentration gegenüber dem flächendeckenden öGKV wird eine höhere Beratungskompetenz erreicht.
- **Individualisierung** im Großkundenmanagement (GKM). Die Bedeutung von Großkunden im Hinblick auf den hohen Umsatz sowie Breite und Komplexität der Produkte wird durch das Großkundenmanagement als separate Vertriebseinheit dokumentiert. Von besonderem Gewicht ist dabei neben dem Umsatzpotential auch die Bedeutung des Images. Das GKM wird an neun Standorten in der Startphase 86 namentlich definierte Großkunden betreuen, um die Umsätze in diesem Bereich zu sichern und auszubauen.



In Verbindung mit modernen, wettbewerbsgerechten Arbeitsabläufen zur Vertriebssteuerung und angestrebter Kompatibilität zu anderen kundennahen Organisationsstrukturen wie dem Telekom Service wird ein leistungsfähiger Verbundvertrieb aufgebaut. Dieser bewirkt ein einheitliches Auftreten gegenüber dem Kunden, Nutzung von Synergieeffekten in Vertrieb und Service und eine klare Zuweisung von Aufgaben und dezentraler Verantwortung im Vertrieb. So wird nach einer Einschwingphase ein effizienterer Vertrieb die Telekom gegenüber dem Kunden repräsentieren.

Klein, fein und jetzt auch noch gebührenfrei: die TV-Schüsselantenne

Generös und kundenfreundlich

Satellitenempfang frei Haus

Sie werden von Generation zu Generation kleiner und unscheinbarer, schießen aber dafür wie Pilze aus dem Boden – pardon Dach. Gemeint sind die schüsselförmigen Parabolantennen, die landauf und landab immer häufiger in Nachbarschaft zu herkömmlichen TV-Antennen zu sichten sind. Jüngste Bestandsschätzung: 100 000 Stück.

Für alle „Schüssel"-Besitzer und Interessenten gibt es eine gute Nachricht. Seit einem Monat entfallen die bisherigen Gebühren (einmalig 25 DM pro Haushalt) zum Betrieb einer Satelliten-Empfangseinrichtung und damit auch der Gang zum Fernmeldeamt für die Beantragung der Einzelgenehmigung.

Mit einer Schüsselantenne lassen sich die Hörfunk- und Fernsehprogramme, die von Fernmeldesatelliten abgestrahlt werden, empfangen. Für Haushalte in ländlichen Gegenden oder für Liebhaber spezieller Programmangebote aus der Luft eine segensreiche Alternative außerhalb der Kabelgebiete.

Der Satellitenempfang erfreut sich immer größerer Beliebtheit, und die technische Einführungsphase, bei der insbesondere etwaige betriebsbedingte Störungen geprüft wurden, ist abgeschlossen. Die gebührenfreie Allgemeingenehmigung gilt fortan für alle Satellitenempfänger. Voraussetzung ist jedoch die ZZF-Zulassung für das jeweilige Antennen-Modell.

Fazit: Schüssel kaufen, anschließen, Knabbergebäck bereitlegen und – für Perfektionisten – den Anrufbeantworter anstellen. Sie haben jetzt die Auswahl über den ganzen TV-Äther. Denn als schöner Nebeneffekt der generösen und kundenfreundlichen Regelung, die das BMPT bekanntgab, ist es ein Recht, jedes angebotene Hörfunk- oder TV-Programm unter Einhaltung urheberrechtlicher Bestimmungen zu empfangen.

Großauftrag der Bundesanstalt für Arbeit

Erfolg & Kompetenz des Großkunden-Management Nürnberg

Ende 1988 wurde zwischen der Bundesanstalt für Arbeit (BA) und der Deutschen Bundespost ein Rahmenvertrag über die Vermietung von mindestens 500 ISDN-Telekommunikationsanlagen „octopus 8818" für die Dienststellen der BA geschlossen. Vorausgegangen war eine EG-weite Ausschreibung der BA, an der sich die Oberpostdirektion Nürnberg beteiligt und als wirtschaftlichster und leistungsfähigster Anbieter den Zuschlag erhalten hatte.

Der Auftrag umfaßt die Lieferung, Installation und den Betrieb der ISDN-Telekommunikationsanlagen einschließlich Endstelleneinrichtungen unter Berücksichtigung der Integration von Telekommunikation (Voice, Non-Voice), Bürokommunikation und Datenverarbeitung.

Zur Realisierung des Großauftrages sowie zur umfassenden Betreuung des Kunden wurde bereits 1988 bei der OPD Nürnberg eine Vertriebseinheit Großkunden-Management (GKM) eingerichtet. Das GKM Nürnberg übernahm damit eine Pilotfunktion für das 1991 bei acht weiteren Standorten eingerichtete Großkunden-Management.

Die Bundesanstalt für Arbeit stellte hohe Anforderungen an die Vertragsabwicklung, die kurzfristig umfangreiche kundenorientierte Regelungen für die Projektierung, das Bauauftragsverfahren, die Logistik und Installation, den Telekom-Service und im Bereich Rechnungswesen erforderten.

Dipl.-Ing. Joachim Schulz, Leiter des Großkunden-Managements: „Das Team arbeitete anfangs in einem Lehrsaal der Fernmeldeschule. Zur effektiveren Abwicklung, Bestandsführung und Abrechnung wurde ein DV-System beschafft, das die kundenspezifischen Anforderungen berücksichtigt. Wir haben Pionierarbeit geleistet, aber die Herausforderung hat Spaß gemacht."

Daß die Arbeit erfolgreich war, beweist der Stand der Vertragsabwicklung: 451 TK-Anlagen sind projektiert und davon 353 Anlagen mit rund 36 000 Endgeräten in Betrieb. 66 Prozent des Auftrags sind erfüllt.

Erfolg auch in den neuen Bundesländern

Seit der Wiedervereinigung Deutschlands ist es eine wichtige Aufgabe der BA, in den neuen Bundesländern eine funktionsfähige Arbeitsverwaltung aufzubauen. Die Telekom wurde aufgrund der bisher sehr guten Zusammenarbeit beauftragt, zusätzlich 200 Telekommunikationsanlagen für 20 000 Arbeitsplätze zu liefern und diese in Dienststellen der Arbeitsverwaltung im Osten Deutschlands zu installieren.

Karsten Koppe, Abteilungsleiter der BA, und Direktor Matthias Weber, Leiter des Telekom-Geschäftsbereichs 52, unterzeichneten im August 1990 den Ergänzungsvertrag.

Die Aufgabe, in den neuen Bundesländern unter enormem Zeitdruck eine Kommunikationsinfrastruktur für die neu gebildeten Arbeitsämter aufzubauen, stellte eine erneute Herausforderung dar. Erstmals führt die Telekom in 147 Arbeitsamtsgebäuden die Hausinstallation für Telefon sowie Daten- und Niederspannungsversorgung durch.

In zahlreichen Gesprächen und Arbeitstagungen mit Mitarbeitern der Telekom, dem Fernmeldetechnischen Zentralamt (FTZ) in Darmstadt und Herstellern wurden die Installationsvoraussetzungen geschaffen.

Von der OPD Nürnberg wurde die Planung der Niederspannungsnetze in den 147 Gebäuden übernommen. Ein logistischer Kraftakt war es, zusammen mit dem Fernmeldeamt Nürnberg das umfangreiche Installationsmaterial bereitzustellen. Die erforderlichen Anlagen wurden vorab mit einem Standardausbau beschafft und werden abrufbereit gehalten.

Um die Arbeiten fristgerecht zu bewältigen, wurden die Fernmeldeämter und die Arbeitsämter in den neuen Bundesländern sogenannten Patenschaftsfernmeldeämtern im Bereich der Telekom zugeordnet. Diese übernahmen neben ihren Regelaufgaben die Montage der Anlagen, die Abwicklung der Hausinstallation und den Telekom-Service in der Startphase. Trotz dieser engagierten Unterstützung sind Mitarbeiter des GKM Nürnberg seit Wochen vor Ort, um die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Auftragsabwicklung zu schaffen.

Durch die flächendeckend wahrzunehmenden Aufgaben fand schon frühzeitig ein Wissenstransfer statt. Bereits Mitte 1990 wurden darüber hinaus Fortbildungsmaßnahmen für die Kollegen der neuen Fernmeldeämter eingeleitet.

Auch hier war die Arbeit sehr erfolgreich: Bis Februar 1991 wurden bereits 132 Anlagen projektiert und davon 68 Anlagen mit ca. 7300 Endgeräten installiert und in Betrieb genommen.

Joachim Schulz: „Mit 421 installierten Anlagen und 43000 Endgeräten hat die Telekom bewiesen, daß sie erfolgreich und mit Kompetenz Großprojekte durchführen kann."

Das erfolgreiche Team des Großkunden-Management Nürnberg

Telekommunikation total - Octopus, DIVA, Telebox

Sie heißen Octopus, MODACOM, DIVA oder DASAT und sind keine Botschaften aus einer anderen Welt, sondern Produkte und Dienste aus dem Angebot der Telekom: vier von vielen, mit denen neue Kommunikations-Welten erschlossen werden. Auf der diesjährigen CeBIT in Hannover präsentiert das Unternehmen seine ganze Palette an Kommunikationsmitteln. Der Trend: die Geräte werden immer kleiner und intelligenter, ihre Bedienung immer kundenfreundlicher. Und: Kommunikation heißt mehr denn je Schnelligkeit und Service.

Neben der Neuheit, dem D1-Netz, das auf dem Hauptstand in Halle 16

vorgestellt wird, sind auf den Telekom-Ständen zahlreiche Weiterentwicklungen und Erweiterungen vorhandener und bereits am Markt angenommener Produkte zu sehen.

In Halle 1, am Stand 8a2/8c1 präsentiert die Telekom Text- und Datenkommunikation sowie Bildschirmtext. Fachkundige Mitarbeiter beraten dort die Fachbesucher zum Beispiel über Datenübertragung in die neuen Bundesländer und ins Ausland.

Eine große Rolle spielen auch die sogenannten Mehrwertdienste der Telekom: TEMEX ist ein Fernwirkdienst, der beispielsweise Alarm bei der Feuerwehr oder einem Sicherheitsunternehmen auslösen, die Heizung im fernen Wochenendhaus einschalten oder den Stromzähler ablesen und gleich das Ergebnis an einen angeschlossenen Rechner weitermelden kann.

Über „Telebox 400" lassen sich elektronische Mitteilungen von einem Computer zu einem oder mehreren anderen über das Telefonnetz schicken. Aus der modernen Kommunikation sind beide Angebote nicht mehr wegzudenken.

Auch die inzwischen „klassischen Kommunikationsmittel" wie Telefax und Telex sind mit noch vielfältigeren Anwendungsmöglichkeiten vertreten.

Wie die Telekom behinderten Mitbürgern das Leben erleichtert, demonstriert in Halle 1 das Schreibtelefon MultiKom script, ein Telefon für Hörgeschädigte mit vielen zusätzlichen Möglichkeiten, wie zum Beispiel dem Anschluß an Bildschirmtext.

Lesen statt Hören. Das Bildschirm-Telefon MultiKom script erschließt Gehörlosen und Schwerhörigen neue Kommunikationsmöglichkeiten

In Halle 16, am Stand B50/D49, ist das Neueste über Telefon und Telekommunikationsanlagen, über Mobilfunk, Videokommunikation und ISDN zu erfahren.

Wie sehr sich die Sprachkommunikation verändert hat, demonstrieren die Telekommunikationsanlagen. Als Telefon bieten sie viele Merk- und Notizfunktionen; als Anlage kann man mit ihnen aus der Ferne Räume überwachen, Lichter an- und ausschalten und Daten übertragen. Insgesamt sechs verschiedene Modelle – je zwei Focus, Connex und Octopus – sind in Hannover zu sehen. Octopus M, eine besonders leistungsfähige ISDN-Anlage, ist erst seit wenigen Monaten auf dem Markt.

Auch bei den Telefonen gibt es zahlreiche Weiterentwicklungen. Auffallend der Trend: Neben den „Schnurlosen" sind auch immer mehr „Mitdenkende" im Angebot. So merkt sich das Modell Delegatic bis zu 200 Adressen und Rufnummern, erinnert an Geburtstage und führt einen Terminkalender.

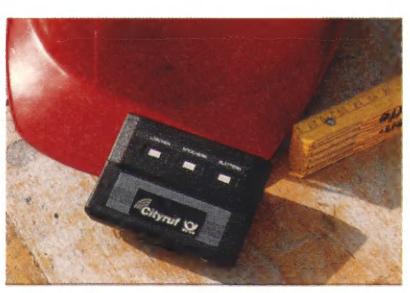
Kräftig ausgebaut hat die Telekom auch ihren Mobilfunk-Dienst. Am 1. Juli dieses Jahres startet das D1-Netz mit noch mehr und noch schnelleren Funktelefon-Verbindungen. Mit einem regen Besucherinteresse an den Mobilfunkdiensten Cityruf, Chekker, Eurosignal, C-Netz und MODACOM wird gerechnet.

Daß zur Kommunikation auch das Sehen gehört, zeigt die Telekom in Halle 16 mit Videokonferenzen und Bildtelefonen.

In Halle 23, am Stand S29, werden die Dienste für Satellitenkommunikation vorgestellt. DASAT überträgt Daten von „Punkt zu Punkt", das heißt von einem Ort zu einem anderen über den Fernmelde-Satelliten Kopernikus 2 – ein Dienst, der auch für die Verbindung in die fünf neuen Bundesländer interessant ist. DIVA ist eine Direktverbindung für Telefonanschluß via Satellit aus dem Bereich der neuen Bundesländer an eine westdeutsche Ortsverbindung.

Rund 550 hochqualifizierte Mitarbeiter beraten die Messebesucher in Hannover. Insgesamt 2170 Quadratmeter Ausstellungsfläche hat die Telekom beschickt – mit ihren Vorschlägen für die Kommunikation von Morgen.

Zusatzleistungen wie Notizbuch, Geburtstags- und Terminkalender, Großflächen-Display und viele andere Funktionen zeichnen das Profiline-Modell Delegatic aus



Maßgeschneidert für das Leistungsspektrum der ISDN-Anlage Octopus M ist das System-Telefon Octophon 50

Nur knapp scheckkartengroß ist der Cityruf-Empfänger, der Nachrichten auf einem Display übermittelt

Messedress

Die CeBIT-Messekleidung ist dem neuen Design angepaßt

Telekom auf der CeBIT '91

Was, wann, wo ...

Das Neueste über die Telekommunikationstechnik und Unternehmensstrategie der Telekom ist auch in diesem Jahr wieder auf der CeBIT zu erfahren: Vorstände referieren über innovative Produkte und über die Lage in den neuen Bundesländern. Neben diesen Informationen aus erster Hand präsentiert Telekom auch ein Kulturprogramm.

Am 14. März, um 11 Uhr, wird der Vorstandsvorsitzende Helmut Ricke im „Funkschau"-Forum ein Referat halten.

Um 12.30 Uhr informiert Harald Geilen vom Bereich Funktelefondienste im Telekom-Forum der Halle 16 über das D1-Netz.

Um 14.45 Uhr spricht Vorstandsmitglied Gerd Tenzer ebenfalls in Halle 16 über neue Telekommunikationsnetze: über Glasfaser, neue Leit-Techniken und den Nutzen von Normen.

Marketing-Vorstand Dieter Gallist hält eine Reihe von Vorträgen. Am 14. März, um 18.30 Uhr, referiert er über die Entwicklung der Telekom „Von der Behörde zum marktorientierten Unternehmen".

Die neuen Bundesländer stehen am **15. März,** um 9.45 Uhr, bei einer Tagung des Vereins der Postingenieure über die neue Telekommunikations-Infrastruktur im Mittelpunkt. Um 12.10 Uhr folgt beim IDG-Verlag ein Vortrag über „Telekommunikation in Industrie und Dienstleistung mit und in den neuen Bundesländern". Am gleichen Tag wird Dieter Gallist um 12.30 Uhr mit Vertretern des Verbandes der Postbenutzer sprechen.

Wie Kommunikationstechnologie Kultur vermittelt, zeigt die Telekom am **20. März:** per Videokonferenz wird ein Orgelkonzert aus Hamburg zur CeBIT übertragen.

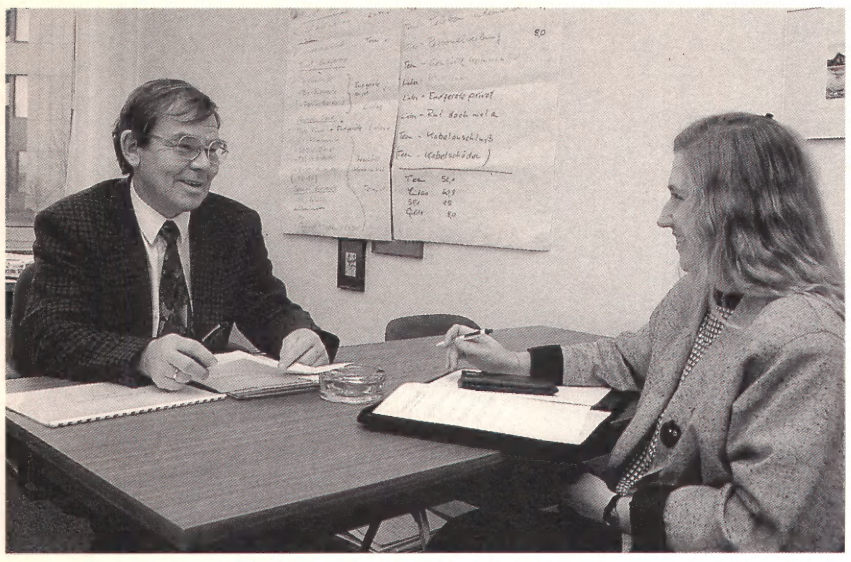
Der Telekom-Messeplan 1991

Mit einem umfangreichen Messe- und Ausstellungsprogramm präsentiert die Telekom auch in diesem Jahr ihre Produkte und Dienstleistungen den Fachbesuchern und Laien.

- Leipziger Frühjahrsmesse, Leipzig, 17. bis 23. März
- ISH Internationale Fachmesse Sanitär, Heizung, Klima, Frankfurt, 19. bis 23. März
- Hannover-Messe Industrie, Hannover, 10. bis 17. April
- Interhospital, Düsseldorf, 23. bis 26. April
- noba, Büro, Kommunikation, Computer, Nürnberg, 25. bis 27. April
- CAT, Stuttgart, 5. bis 8. Mai
- NORLA, Norddeutsche Landwirtschaftliche Fachausstellung, Rendsburg, 8. bis 12. Mai
- Sensor, Nürnberg, 14. bis 16. Mai
- GVK (Graphische Fachausstellung), Essen, 23. bis 27. Mai
- BremTec, Bremen, 19. bis 22. Juni
- IFA – Internationale Funkausstellung, Berlin, 30. August bis 8. September
- IAA, Internationale Automobil- Austellung, Frankfurt, 12. bis 22. September Schwerpunkt Mobilkommunikation
- Elektrotechnik, Dortmund, 4. bis 7. September
- Funk, Nürnberg, 24. bis 25. September
- ELTEFA, Fachmesse für Elektrotechnik und Elektronik, Stuttgart, 3. bis 5. Oktober
- Telekom, Genf, 8. bis 15. Oktober
- ANUGA, Weltmarkt für Ernährung, Köln, 12. bis 17. Oktober
- systems, München, 21. bis 25. Oktober
- Marketing Services, Frankfurt, 23. bis 26. Oktober
- Steuerberatertag, Hamburg, 4. bis 6. November
- Energie + Umwelt, Saarbrücken, 6. bis 9. November
- Medica, Düsseldorf, 20. bis 23. November

Der Kunde steht im Mittelpunkt

Am 13. März um 9 Uhr ist es wieder soweit: Die CeBIT in Hannover öffnet ihre Pforten. Das „Welt-Centrum Büro. Information. Telekommunikation" wird acht Tage lang Fachbesucher aus aller Welt anlocken. 4553 Unternehmen aus 41 Ländern informieren über ihre neuesten Produkte, Dienstleistungen und Technologien. Die Telekom wird mit insgesamt drei Ständen auf der CeBIT vertreten sein. „TelekomMonitor" sprach mit Dipl.-Ing. Hagen Gmelin, Leiter des Fachbereichs 512 „Marktkommunikation", und damit verantwortlich für die Messeaktivitäten. Er hat sich zum Ziel gesetzt: „Unser Fachpersonal wird die Kunden auf der CeBIT individuell betreuen."



Hagen Gmelin, Leiter des Telekom-Fachbereichs Marktkommunikation, im Gespräch mit „TelekomMonitor"-Redakteurin Eva-Alexandra Büttner

TM: Herr Gmelin, die CeBIT gehört international zu den wichtigsten Messen auf dem Markt der Telekommunikationsindustrie. Was bedeutet es für die Telekom, 1991 auf der CeBIT in Hannover dabei zu sein?

Hagen Gmelin: Mir erscheint es besonders wichtig, daß sich die Telekom als eigenständiges Unternehmen dem internationalen Fachpublikum präsentiert. Das drückt sich schon in ihrem äußeren Auftritt aus. Wir werden erstmals zur CeBIT in einem neuen Corporate Design erscheinen. Darüber hinaus möchten wir auf der CeBIT sowohl unsere Produktpalette ausstellen – und damit die vielfältigen Lösungsansätze deutlich machen, die wir unseren Kunden im Telekommunikationsbereich bieten können – als auch die Neuerungen und Innovationen, über die das Unternehmen verfügt.

TM: Was können Sie über den Auftritt der Telekom auf der CeBIT sagen?

Hagen Gmelin: Die Telekom wird sich auf drei Ständen präsentieren: Auf dem Hauptstand in Halle 16, wo wir alle Produkte der Sprachkommunikation – insbesondere des Mobilfunks, aber auch ISDN – ausstellen werden; in Halle 1, in der alle Nonvoice-Dienste ihren Platz gefunden haben, und in Halle 23, wo wir im Rahmen eines Sonderstandes „Satellite-Business" Satellitenanwendungen zeigen werden.

TM: In welchen Bereichen wird die Telekom auf der CeBIT ihre Schwerpunkte setzen?

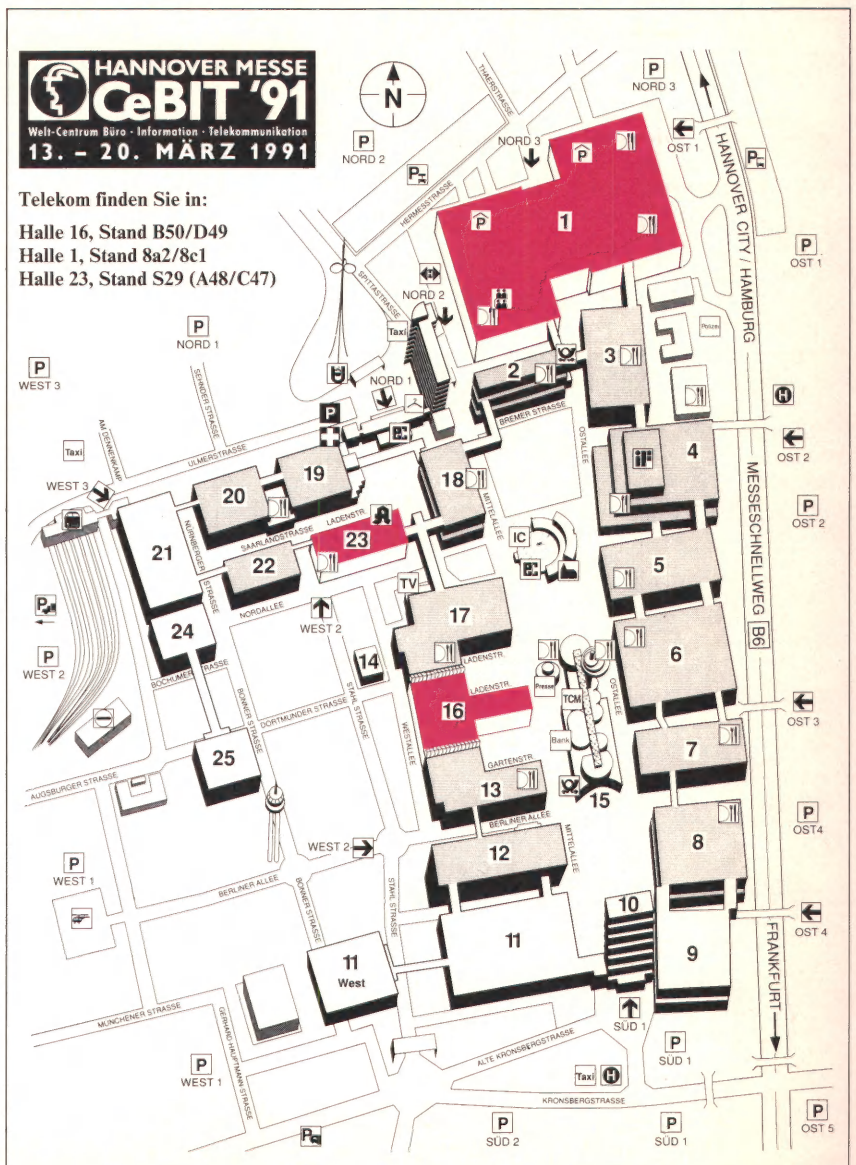
Hagen Gmelin: Der absolute Schwerpunkt für die diesjährige CeBIT ist der Bereich Mobilfunk mit dem neuen D1-Netz, das im Sommer diesen Jahres in Betrieb gehen soll. Darüber hinaus werden wir ISDN, Telekommunikationsanlagen und Telefon-Endgeräte in Halle 16 vorstellen. In Halle 1 präsentieren wir den ganzen Bereich der Text- und Datenkommunikation. Bei allen drei Ständen liegt unser Schwerpunkt auf der anwendungsorientierten Präsentation.

TM: Welche Anstrengungen hat der Marketing-Bereich unternommen, damit der Telekom-Auftritt auf der CeBIT ein Erfolg wird?

Hagen Gmelin: Unsere Hauptaufgabe besteht darin, zunächst einmal den Stand so zu gestalten, daß wir unsere Produkte optimal, auf das Fachpublikum zugeschnitten, präsentieren können. Genauso wichtig ist es aber, unseren Kunden persönliche und individuelle Betreuung durch unser Fachpersonal zu gewährleisten. Dazu gehören eine Vielzahl von Marktkommunikationsmaßnahmen, angefangen von Broschüren über persönliche Einladungen zu Veranstaltungen auf den Ständen bis zu Hinweisen in unseren Anzeigen, um nur einige Maßnahmen zu nennen.

TM: Herr Gmelin, was erhoffen Sie sich persönlich vom Verlauf der CeBIT für die Telekom?

Hagen Gmelin: Für mich ist es wichtig, daß wir unsere Produkte optimal präsentieren können und unsere Besucher ein positives Bild von der Telekom mit nach Hause nehmen. Natürlich verspreche ich mir von dieser Präsentation auf der CeBIT ebenfalls, daß sich unser Engagement auch im Absatz unserer Produkte niederschlagen wird. Im übrigen hoffe ich, daß die CeBIT auch ein Signal für unsere Mitarbeiter setzen wird. Diese sollen deutlich erkennen, daß sich die Telekom auf einem entscheidenden Weg von der Behörde zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen bewegt.



Telekom in Halle 16
Schwerpunkt Sprachkommunikation: Mobilfunk mit System, Telekommunikationsanlagen, ISDN, Videokommunikation, Personalmarketing, Kartentelefone, Telefone, Forums-Veranstaltungen

Telekom in Halle 1
Text- und Datenkommunikation: Bildschirmtext, Datenkommunikation, Textkommunikation, Mehrwertdienste, Spezielle Beratungsangebote

Telekom in Halle 23
Beteiligung am Gemeinschaftsstand Satellite Business

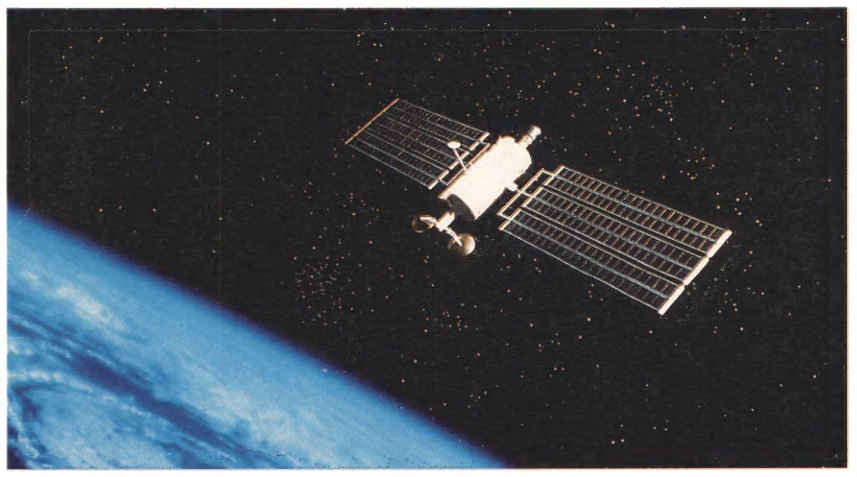
Einigkeit über Fernsehnorm D2-MAC

Die erfolgreiche Nutzung des TV-SAT, die Einführung der neuen europäischen Fernsehnorm D2-MAC und des neuen breitwandigen Bildformats 16:9 für Fernsehempfänger ist gesichert. Auf Initiative von Bundespostminister Schwarz-Schilling haben sich die Programmanbieter ARD, ZDF, RTL plus und SAT 1 auf ein gemeinsames Vorgehen geeinigt. Die vier Rundfunkanstalten haben mittlerweile Verträge für den TV-SAT abgeschlossen.

Daß diese Einigung nicht einfach war, macht das mehrmonatige Ringen hinter den Kulissen deutlich. Nachdem bereits im August letzten Jahres ein sogenanntes „Memorandum of Understanding" zur Weiterentwicklung des Fernsehstandards die unterschiedlichen Interessen gebündelt hat, waren weitere Schritte und Absprachen notwendig, um der deutschen und europäischen Strategie zum Fersehen der Zukunft (HDTV = hochauflösendes Fernsehen) zum endgültigen Erfolg zu verhelfen:

- ARD und ZDF werden ihre Satellitenprogramme ARD 1 Plus und 3sat bestimmten Anforderungen entsprechend neu gestalten.
- Die Orbitposition 19 Grad West, auf der auch der TV-SAT steht, wird gestärkt und durch eine Vermehrung der abstrahlbaren Fernsehkanäle attraktiver gemacht. Die Telekom hat mit ihrer Konzeption bereits zugestimmt, die von der Satellitenorganisation EUTELSAT vorgeschlagene Planung des EUROPESAT-Projekts auf der Position 19 Grad West mitzufinanzieren. Die betriebliche Kontinuität auf dieser Satellitenposition ist damit für die Nutzer des TV-SAT sichergestellt.

Für die Zuschauer ergibt sich die Chance, dann bis zu 15 Fernsehkanäle für deutschsprachige Programme mit einer Satellitenschüssel empfangen zu können. Bis zur Verfügbarkeit des EUROPESAT-Systems im Jahre 1996 soll eine Zwischenlösung mit einer Kanalvermehrung schon ab 1993 für alle Beteiligten Planungssicherheit geben.



Ohne Satellit läuft nichts mehr im internationalen TV

Schwarz-Schilling zeigte sich vom erfolgreichen Abschluß der Gespräche sehr befriedigt, denn damit seien die Weichen für eine entscheidende Innovation im Fernsehbereich gestellt.

„Was wir jetzt brauchen, ist ein schlüssiges System- und Marketingkonzept. Die Vorteile der neuen Technik müssen den Verbrauchern sichtbar gemacht werden. Bereits zur diesjährigen Internationalen Funkausstellung Ende August in Berlin werden die Programmanbieter erste Programmteile im neuen Bildformat 16:9 anbieten," sagte Schwarz-Schilling. Mit seinem französischen Amtskollegen Paul Quilès sei er zudem einig, Gespräche mit der EG-Kommission zu führen, um eine Weiterentwicklung der EG-Richtlinie von 1986 zu erreichen.

Ein Eckpunkt der fortgeschriebenen EG-Richtlinie soll sein, daß neue Satellitensysteme ab einem noch zu definierenden Zeitpunkt alle Fernsehprogramme in D2-MAC abstrahlen. Parallel dazu können diese Programme auch in herkömmlicher Norm, also PAL und Secam, von demselben oder anderen Satelliten abgestrahlt werden. Um für den bestehenden Kundenstamm Planungssicherheit zu schaffen, soll auf den vorhandenen Satelliten die herkömmliche Norm benutzt werden. Erst später sollte auch hier zusätzlich eine D2-MAC-Abstrahlung erfolgen.

Bargeld ade...

(Fortsetzung von Seite 1)

Hans Weyhenmeyer begrüßt den Schritt ins neue Zahlungszeitalter. „Mit der Telecash sorgen Telekom und IBM dafür, daß es in Zukunft auch beim Zahlungssystem 'electronic cash' Wettbewerb gibt," sagte der Justitiar im Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) bei der Vorstellung des neuen Gemeinschaftsunternehmens Ende Januar in Bonn. Die Telecash könne, so Weyhenmeyer, vor allem der Gesellschaft für Zahlungssysteme (GZS), einem Gemeinschaftsunternehmen der Banken und Sparkassen, in Sachen elektronisches Bezahlen „Paroli bieten."

Beim deutschen Einzelhandel ist „electronic cash" ein Dauerbrenner: Die Diskussion läuft seit gut acht Jahren, doch in Gang kam die Neuerung nicht. Der Handel sah zu hohe Kosten auf sich zukommen und boykottierte das zunächst vom Kreditgewerbe entwickelte System. Erst nachdem das Bundeskartellamt entschieden hatte, die GZS könne die Abwicklung des bargeldlosen Bezahlens an der Ladenkasse nicht allein betreiben, sondern müsse sich dem Wettbewerb mit anderen Netzbetreibern stellen, gab der Handel seine Frontstellung auf.

„Wir haben den Marsch nach vorne jetzt mitangetreten", erklärte Hans Weyhenmeyer. Und: Gerade kleine und mittlere Unternehmen könnten bei der Form, wie „electronic cash" von Telekom und IBM angeboten werde, von Anfang an mithalten. Das joint venture habe bei Hardware, Software und als Netzbetreiber die Nase vorn. Zum erstenmal würde den mittelständischen Kunden ein kompletter Service aus einer Hand angeboten.

Das Telecash-System ist zwar in erster Linie für die Besitzer von Euroscheckkarten gedacht, kann aber grundsätzlich mit jedem gängigen Plastikrechteck genutzt werden. Alle elektronischen Kassen lassen sich dafür umrüsten. Und auch die Sicherheit für Banken und Händler ist garantiert: Jedesmal, wenn ein Kunde seine Karte in ein Terminal schiebt und seine persönliche Geheimzahl eingibt, werden die abgelesenen Informationen über das Datex-P-Netz in einen Zentralrechner und von dort an die kontoführende Bank weitergeleitet. Sind Karte und Kontostand in Ordnung, gibt das System dem Kassierer innerhalb von zehn Sekunden grünes Licht. Der Kunde erhält seinen Kassenzettel, die Rechnung ist beglichen. Bereits am nächsten Tag leitet Telecash die Gutschrift auf das Händlerkonto ein.

Von der Installation über den Netzbetrieb bis zur Wartung kostet der Service den Einzelhändler eine monatliche Miete ab 300 Mark. Damit sind 100 Buchungen beglichen. Werden es mehr, verändert sich auch der Preis. Bei 500 Buchungen etwa sind es 450 Mark, bei 1000 werden 550 Mark verlangt. Je nach Ausnutzung, so hat der HDE nachgerechnet, muß ein Händler Kosten von 0,5 bis 1 Prozent der bargeldlos getätigten Umsätze einkalkulieren.

Der Start ist den Telecash-Strategen sicherlich geglückt. Zuspruch gibt es inzwischen nämlich nicht nur vom HDE. Sogar der Deutsche Sparkassen- und Giroverband empfiehlt – trotz Konkurrenz zur GZS – den Service. Und der Markt ist vielversprechend. In der Bundesrepublik gibt es allein 23 Millionen Besitzer von Euroscheckkarten. Dazu kommen rund 4,5 Millionen Kreditkarten und noch einmal fünf Millionen Kundenkarten.

Aber erst 8000 von rund 600 000 Registrier-Kassen arbeiten heute mit „electronic cash." Der Chef der deutschen IBM, Bernhard Dorn, rechnet jedoch damit, daß schon 1995 ein Fünftel der mehr als 500 000 Einzelhändler für das elektronische Bezahlen gerüstet ist: „Wir gehen davon aus, daß sich ‚electronic cash' ab diesem Zeitpunkt als die Zahlungsform durchgesetzt hat."

Start der Lohnrunde in Stuttgart

Am 25. Januar dieses Jahres begann in Stuttgart der Auftakt für die Tarifverhandlungen über die Erhöhung der Vergütung und der Löhne für die Angestellten, Arbeiter und Auszubildenden des öffentlichen Dienstes im Bundesgebiet (West). Die Tarifverhandlungen wurden für die 3,1 Millionen Arbeitnehmer bei Bund, Ländern und Gemeinden der Deutschen Bundesbahn sowie bei den drei Unternehmen der Deutschen Bundespost einschließlich des Direktoriums geführt. Die Verhandlungsführung für die Deutsche Bundespost übernahm dabei die Telekom.

In dieser ersten Verhandlungsrunde haben die Tarifvertragsparteien traditionsgemäß ihre jeweiligen Standpunkte dargelegt und begründet.

Die letzte derartig große Tarifrunde für den öffentlichen Dienst fand vor drei Jahren statt: 1988 hatten sich die Arbeitgeber und Gewerkschaften des öffentlichen Dienstes geeinigt, in einem Tarifvertrag mit einer Mindestlaufzeit von drei Jahren die Vergütungen und Löhne jährlich um einen bestimmten Prozentsatz anzuheben. Der Hauptgrund für eine derartig lange Laufzeit eines Vergütungs- und Lohntarifvertrages lag damals darin, daß die Lohnrunde 1988 mit einer gleichzeitigen Verkürzung der wöchentlichen Arbeitszeit gekoppelt war. Gleichwohl war während dieser drei Jahre kein tarifpolitischer Stillstand zu verzeichnen. Das verdeutlicht beispielsweise die Erhöhung der sogenannten Allgemeinen Zulage zu Beginn des letzten Jahres.

Die Gewerkschaften hatten fristgerecht zum 31. Dezember 1990 die tarifvertraglichen Regelungen – über die Höhe der Vergütungen und Löhne – gekündigt und neue Forderungen erhoben.

Die Forderungen der bei der Deutschen Bundespost vertretenen Gewerkschaften sind unterschiedlich. Sie bewegen sich zwischen 10 und 10,5 Prozent für die Arbeitnehmer; für die Auszubildenden wird eine prozentuale Ankopplung an die Arbeitsentlohnung gefordert.

Die Arbeitgeberseite hat bei der ersten Bewertung der Forderungen diese als nicht erfüllbar und als unrealistisch bezeichnet, und zwar im Hinblick auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung, die Preissteigerungsraten in den letzten Jahren und die zu erwartende Preissteigerungsrate auch im Hinblick auf das gesamte Umfeld.

Die Unternehmen erkennen die hohen Leistungen der Beschäftigten an

Die Forderungen würden die Unternehmen der Deutschen Bundespost mit erheblichen Mehrkosten belasten, die sich, wenn man die Übertragung auch auf die Beamten mit unterstellt, auf bis zu 3,1 Milliarden Mark belaufen würden. „Dies sind erhebliche Beträge, die von der Arbeitgeberseite nicht getragen werden können," erklärte Herbert Müller, der den Geschäftsbereich 72 – „Arbeits- und Tarifrecht, Besoldung und Sozialangelegenheiten" der Telekom leitet.

Seitens der Telekom wird betont, daß man um eine schnelle, faire Lösung bemüht sei und am Verhandlungstisch zu einer einvernehmlichen Regelung kommen wolle.

Bei der ersten Verhandlungsrunde ist gegenüber den Gewerkschaften auch deutlich gemacht worden, daß die Unternehmen die hohen Leistungen der Beschäftigten schätzen und anerkennen. Besonders hervorgehoben wurde die Bereitschaft vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für eine gewisse Zeit Tätigkeiten im Bereich der neuen Bundesländer zu übernehmen und beim Aufbau der Telekommunikation in dem Gebiet der ehemaligen DDR mitzuhelfen.

Die Unternehmen und Gewerkschaften hatten am Schluß der ersten Verhandlungsrunde vereinbart, daß sie die vorgetragenen Argumente bis zur nächsten Verhandlungsrunde – die ab 18. Februar 1991 wiederum in Stuttgart stattfindet – überdenken werden.

Über die Ergebnisse der nächsten Lohnrunde werden wir in „TelekomMonitor" berichten.

STELLEN-TAUSCH-BÖRSE

Steht bei Ihnen ein Umzug ins Haus? Brauchen Sie Tapetenwechsel? Möchten Sie aus irgendwelchen Gründen lieber in einer anderen Stadt bei der Telekom arbeiten? „TelekomMonitor" bietet Ihnen dazu einen Service: die Stellentausch-Börse.

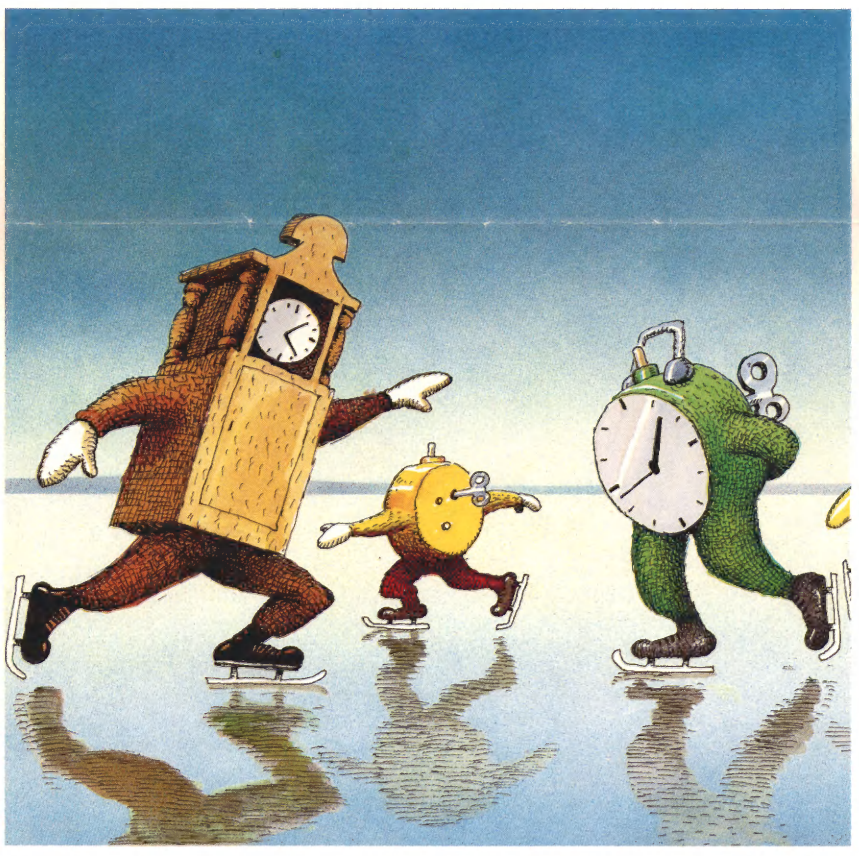
Schreiben Sie uns einfach Ihr Tauschangebot oder Ihren Tauschwunsch. Und so wird's gemacht: Nennen Sie Ihre Stellenbezeichnung, den Ort Ihrer Dienststelle, die Stadt, in der Sie künftig arbeiten möchten, Ihre Telefonnummer sowie den Zeitpunkt, zu dem Sie wechseln möchten. Postkarte genügt.

Beispiel: TFOI beim FA3 Hannover sucht dringend Tauschpartner(in) aus dem FA Oldenburg, Telefon (0511) 1 21-85 97 . 1. April 1991

Ihre Postkarte schicken Sie dann an:
Generaldirektion Telekom
Redaktion „TelekomMonitor"
z.H. Frau Büttner
Postfach 2000
5300 Bonn 1

Auf der Tagesordnung:

Gleitzeit für die Beschäftigten der Telekom



Ein Thema, das die meisten Beschäftigten der Telekom seit geraumer Zeit bewegt, ist die Frage, ob und wann die Gleitzeit eingeführt wird. Um der Sache auf den Grund zu gehen, sprach „TelekomMonitor" mit Herbert Müller, Leiter des Geschäftsbereichs 72 „Arbeits- und Tarifrecht". Herbert Müller bekräftigte, daß die Telekom sich entschlossen habe, die gleitende Arbeitszeit zuzulassen, wo immer dies möglich sei. Diese Grundsatzentscheidung habe der Vorstand getroffen. „Wir sind gerade dabei, die Einzelheiten auszuarbeiten", erklärte Müller. „Bei der Einführung der gleitenden Arbeitszeit müssen zahlreiche besondere Rahmenbedingungen beachtet werden, außerdem bedarf es intensiver Gespräche auch mit den Sozialpartnern." Ein wichtiger Punkt ist die Tatsache, daß die Gleitzeit auch bei der Telekom nicht in allen Bereichen eingeführt werden könne. Schwierig werde es außerdem in einigen bestimmten Versorgungsbereichen wie dem Pförtnerdienst oder in der Auskunft, gab Herbert Müller zu bedenken. „Dort wird ja letztlich rund um die Uhr gearbeitet." Gewisse Probleme wird es beispielsweise auch für den Dienst in den Telekom-Läden geben. „Wir sind gerade dabei, die Bereiche zu erfassen, die in die gleitende Arbeitszeit nicht einbezogen werden können," erklärte Müller. „Ich denke, daß wir in einigen Monaten – auch nach den schwierigen Gesprächen mit der Personalvertretung – eine Rahmenrichtlinie herausgeben können."

Erster Sieg für Telekom-Radteam

Den ersten großen Saisonerfolg konnte der Stuttgarter Profi-Radrennstall „Team Telekom" für sich verbuchen: Der Niederländer Ad Wijnands gewann in Frankreich das Etappenrennen „Stern von Besseges" vor Stephan Joho (Schweiz) und Frans Maassen (Niederlande). Auch die Wertungen im Punkte- und Bergfahren (Ad Wijnands und Bernd Gröne) gewann das Stuttgarter Team.

Die Telekom ist seit 1991 Hauptsponsor des einzigen deutschen Profi-Radrennstalls. Das Unternehmen wird auch die diesjährige Rad-WM, die vom 13. bis 25. August in Stuttgart stattfindet, unterstützen.

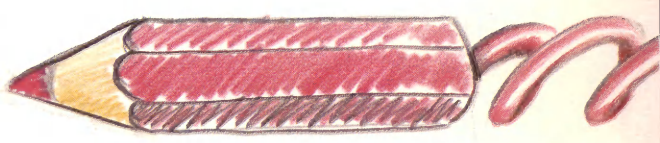
Mit ein wenig Glück können Sie das Abschneiden des „Team Telekom" selbst miterleben: Bei unserem Preisrätsel auf Seite 12 gibt es Karten für die Rad-Weltmeisterschaft zu gewinnen.

Lesen Sie in unserer nächsten Ausgabe einen ausführlichen Bericht über die Sponsoring-Aktivitäten der Telekom.

DIE REDAKTION BITTET ZUM DRUCK

Liebe Leserinnen und Leser von „TelekomMonitor," bekommen Sie auch so gerne Post?

Die Redaktion von „TelekomMonitor" findet es immer wieder spannend, was da so tagtäglich im Büro auf den Schreibtisch flattert. Oft sind es Rechnungen – naja, das muß halt sein. Werbesendungen gibt es zuhauf. Bisweilen umwerfend aber sind die Briefe, in denen Geschäftspartner und Kunden ihr Anliegen mitteilen. Denn darin stecken Freude und Dankbarkeit, aber auch Ärger und Wut – und oft viel Witz und Kreativität. Zum Beispiel: „Werte Dame, anbei endlich die gewünschten Unterlagen... Nicht ganz vollständig, denn es kam einiges dazwischen. Aber jedes Bißchen hilft, sagte die Fliege und spuckte in den Fluß." Solche Briefe werden dann auch schon mal den Kollegen im größeren Kreis vorgestellt. Sicherlich erhalten auch Sie Briefe, die (unfreiwillig) das Zeug zur Veröffentlichung haben. Weil sie besonders witzig sind, oder rührend oder komisch oder unfreundlich oder ... Schicken Sie doch bitte der „TelekomMonitor"-Redaktion diese besonderen Exemplare. Wir werden die besten Passagen daraus in der Juni-Ausgabe von „TelekomMonitor" veröffentlichen. Damit auch Ihre Kollegen sich darüber freuen können. Die Redaktionsadresse: Generaldirektion Telekom, Fachbereich 042, „TelekomMonitor", Postfach 2000, 5300 Bonn 1



Das Redaktionsteam stellt sich vor

Einige Mitglieder von „TelekomMonitor" sind vielen von Ihnen schon von ihrer Arbeit am „Mitarbeiterbrief" bekannt. Sie haben mit ihnen telefoniert oder sie sogar schon persönlich kennengelernt. Wir – die Redaktion – möchten uns nun komplett und gesammelt Ihnen allen im Bild vorstellen. Verantwortlich im Sinne des Presserechtes ist **Jürgen Kindervater** (1), Leiter des Geschäftsbereichs 04 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Gesamtleitung von „TelekomMonitor" hat **Marion Schöberl** (2), Leiterin des Fachbereichs 042 Öffentlichkeitsarbeit. **Eva-Alexandra Büttner** (3), Redakteurin in der Generaldirektion der Telekom, ist vielen von Ihnen vom „Mitarbeiterbrief" her bekannt. **Günter Kutz** (4) ist für die Organisation und Koordination in der Redaktion zuständig. Für die Bildredaktion von „TelekomMonitor" ist **Michael Ebert** (5) zuständig. Die neueren Mitglieder der Redaktion sind in Frankfurt zu finden. **Dagmar Degen** (6), **Dr. Bernd Merkel** (7), **Rainer Kiefer** (8) und **Doris Schmitt-Maisch** (9), alle Mitarbeiter der PR-Agentur Burson-Marsteller, recherchieren und schreiben, gestalten die Seiten, koordinieren den Druck und so weiter. Wir wollen für Sie eine interessante Zeitung gestalten. Helfen Sie uns dabei? Je mehr Informationen wir von unseren Lesern bekommen, desto lesenswerter wird „TelekomMonitor". Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.

Vom Lötkolben zur Lichtschranke

Berufe bei der Telekom: Kommunikationselektronikerin

Funktionsprobe an einem Verteilerkasten. Einschlägige Literatur hilft bei der Fehlersuche (Foto oben)

In Kleingruppen werden die Geräte zusammengebaut, geprüft und eingestellt

In der sogenannten Lernecke werden die Aufgaben gemeinsam besprochen und theoretisch vorbereitet (Foto links)

Es ist 9.30 Uhr. Die Frühstückspause im Fernmeldeausbildungszentrum der Telekom in Köln-Braunsfeld geht gerade zu Ende. Eine Gruppe junger Auszubildender betritt im Blaumann die Universalwerkstatt. Neben flimmernden, grünen Bildschirmen und zahlreichen Meßgeräten wirken die gepflegten Topfpflanzen geradezu wohnlich. Munter plaudernd begeben sich die Jugendlichen an die verschiedenen Werkbänke, bilden kleinere Gruppen und beugen sich über graue Kästen – „19-Zoll-Geräte" – aus denen Kabel und Platinen hervorquellen. Unter ihren ausschließlich männlichen Kollegen fällt die junge Frau in ebenfalls blauer Berufskleidung erst beim zweiten Hinsehen auf.

Elke Bönsch ist eine der wenigen Frauen, die sich für die Ausbildung zur „Kommunikationselektronikerin Fachrichtung Telekommunikation" bei der Telekom entschieden hat. Diese komplizierte, aber genau definierte Berufsbezeichnung entstand mit der Neuordnung des Elektrohandwerks im Jahr 1987. Zu dieser Zeit entdeckte die damalige Schülerin ein Inserat in der Tageszeitung. „Mein Onkel war auch bei der Post. Da war die Entscheidung schnell gefallen", berichtet die Realschulabsolventin.

Neugeordnet wurden bei der 87er Reform nicht nur die Berufsbezeichnungen, sondern vor allem Ausbildungsstruktur und -inhalt. Im Vordergrund der jetzt dreieinhalbjährigen Ausbildung steht die Erziehung zum selbständigen Arbeiten. „Bei jeder Aufgabe muß ich selbst planen und organisieren, mir das nötige Fachwissen anlesen," erklärt Elke Bönsch. Die Ausbilder weisen zwar in die Aufgabenstellung ein, helfen aber nur, wenn die angehenden Kommunikationselektroniker wirklich nicht mehr weiterkommen.

Die Nachrichtentechnik gehört weltweit zum Wachstumsmarkt Nummer 1. Die Auszubildenden sollen deshalb lernen, ihre Fähigkeiten und Kenntnisse selbständig an die zunehmend komplizierter werdende Technik anzupassen. „Entscheidend ist das Gewußt-wie und das Gewußt-wo," bringt Elke die zukünftigen Anforderungen auf einen Nenner. Es hilft wenig, sich auf ein spezielles Arbeitsverfahren zu konzentrieren, wenn dieses schon morgen durch ein anderes überholt sein wird. Grundsätzliche Arbeitstechniken sind also gefragt.

In der zweijährigen Grundausbildung werden zunächst die praktischen und theoretischen Grundlagen der Elektronik vermittelt. Dazu gehört der Umgang mit dem Lötkolben, Werkstoffkunde, Messen, Prüfen und Einstellen von Bauteilen genauso wie Zusammenbau und Verdrahtung elektrischer Geräte. So tüftelte Elke Bönsch beispielsweise einmal an einer Alarmanlage, ein anderes Mal an Lichtschranken für eine Toranlage.

In der Berufsschule lernen die Auszubildenden, Schaltpläne zu lesen, mit physikalischen Größen zu rechnen, technische Zeichnungen zu erstellen oder mit dem Computer umzugehen.

Diesem allgemeinen Teil der Ausbildung folgt die eigentliche Fachausbildung. Hier befassen sich die zukünftigen Kommunikationselektroniker in den Bereichen Netztechnik und Systemtechnik bereits konkret mit Anlagen und Geräten der Nachrichtentechnik.

Elke Bönsch ist gerade im siebten Ausbildungshalbjahr, steht also kurz vor ihrer Abschlußprüfung. Da sind die Anforderungen schon ganz schön hoch. Sie muß eine Anlage der Telekommunikationstechnik anfertigen und wird in vier Arbeitsproben auf ihre praktische Qualifikation getestet.

Die schriftliche Prüfung umfaßt Technologie, Schaltungs- und Funktionsanalyse, technische Mathematik sowie Wirtschafts- und Sozialkunde.

Natürlich macht sich die junge Kommunikationselektronikerin schon konkrete Gedanken über die Zeit nach der Ausbildung: „Am liebsten möchte ich im Baubezirk N tätig werden – also Nebenstellen aufbauen und entstören."

Gerade für Frauen sind die beruflichen Aufstiegschancen als Kommunikationselektronikerin durchaus attraktiv. Im mittleren technischen Dienst kann es Elke bis zur Betriebsinspektorin bringen – eine Chance, die sie nutzen will: „In zwei bis drei Jahren möchte ich Beamtin werden, vorzugsweise beim Telekomservice. Da hätte ich Umgang mit Menschen und könnte eine Hilfe sein."

Berufsbild Telekommunikationselektroniker

Berufsbezeichnung

Kommunikationselektroniker/ Kommunikationselektronikerin Fachrichtung Telekommunikationstechnik

Aufgabenbereich

Kommunikationselektroniker/ Kommunikationselektronikerinnen der Fachrichtung Telekommunikationstechnik sind aufgrund ihrer Ausbildung für Tätigkeiten im Bereich der Telekommunikation für Sprache, Bild und Text sowie der Melde- und Signaltechnik qualifiziert.

Ihre Aufgaben können das Aufbauen, Installieren, Montieren, Prüfen, Inbetriebnehmen, Warten und Instandhalten von Geräten, Anlagen und Systemen der Telekommunikation sowie der Melde- und Signaltechnik einschließlich der erforderlichen Übertragungswege umfassen.

Diese Tätigkeiten werden an wechselnden Einsatzorten vornehmlich in der Montage, in der Inbetriebnahme, im Service und in der Betriebserhaltung, unter Beachtung der einschlägigen Vorschriften und Sicherheitsbestimmungen, nach Unterlagen und Anweisungen selbständig ausgeübt.

Internationale Austauschprogramme für Führungsnachwuchskräfte

Die wachsende internationale Ausrichtung der Telekom erfordert eine systematische und langfristige Vorbereitung der Mitarbeiter auf entsprechende Aufgaben. Für den Führungsnachwuchs gibt es dazu ein spezielles Austauschprogramm: Nachwuchskräfte können mit einem konkreten Studienauftrag zu einem ausländischen Telekom-Unternehmen entsandt werden.

Durch den Blick über den „nationalen Tellerrand" hinaus gewinnen sie neues Know-how. Neben dem Training des Managementpersonals wird gleichzeitig der Kontakt zu ausländischen Partnern intensiviert.

Zielgruppe des Programms sind dienstjüngere Mitarbeiter des höheren Dienstes. Die Dauer des Aufenthalts wird individuell festgelegt und kann bis zu zwei Monate betragen.

Die Programminhalte aus den Bereichen Betrieb und Verwaltung können in fast allen westeuropäischen Ländern, aber auch in den USA und Japan bearbeitet werden. Gute Fremdsprachenkenntnisse – in der Regel Englisch – werden vorausgesetzt.

Mit France Télécom besteht sogar eine Austauschmöglichkeit bis zu einem Jahr Dauer.

Detailinformationen über diese Austauschprogramme sowie über Stipendien und Expertenaustausch erhalten Sie beim Fachbereich 743 (Management Training) der Generaldirektion in Bonn, Telefon (0228) 1 81-74 31 (Frau Winkens) oder Fax (0228)1 81-86 98.

Deutsch-französischer Austausch

Premiere hatte im vergangenen Jahr ein bilateraler Austausch mit französischen und deutschen Auszubildenden des Elektromechaniker- und Kommunikationselektroniker-Handwerks. Die Berufsbildungsstelle des Fernmeldeamtes Kassel war dabei federführend.

Einem dreiwöchigen Besuch der Franzosen in Kassel folgte drei Monate später der Gegenbesuch im Ausbildungszentrum der ADAMIC (Association pour le développement de l'apprentissage dans la métallurgie et industries connexes de l'Eure – zu deutsch: Vereinigung für die Entwicklung der Ausbildung in der Metallverarbeitung und verwandter Industriezweige im Département Eure) westlich von Paris.

Die Jugendlichen erhielten Einblick in die betriebliche Ausbildung und den theoretischen Unterricht des jeweils anderen Landes. Außerdem standen zahlreiche kulturelle Veranstaltungen auf dem Programm. In der Bundesrepublik gab es Empfänge in den Rathäusern von Frankfurt am Main und Rüsselsheim sowie beim Hessischen Landtag in Wiesbaden. Dort wurden die französischen Auszubildenden vom ehemaligen hessischen Ministerpräsidenten Dr. Walter Wallmann persönlich begrüßt.

Höhepunkte des deutschen Gegenbesuches in Evreux waren eine Stadtrundfahrt durch Paris mit Bootsfahrt auf der Seine und Ausflüge mit den Gastfamilien zu der nahegelegenen Normandieküste.

Beide Veranstaltungen haben neben dem völkerverbindenden Charakter weitere positive Ergebnisse gebracht. Auch in diesem Jahr wird ein deutsch-französischer Austausch stattfinden. Geplant ist außerdem ein gemeinsames Projekt der Azubis beider Länder.

Zahlreiche kulturelle Veranstaltungen standen auf dem Programm beim Besuch der französischen Auszubildenden. Eine Stadtrundfahrt in Kassel – hier im Bild Park Wilhelmshöhe – gehörte mit dazu

Das Frauenprofil in der Telekom

Strukturen für ein künftiges Förderprogramm

Eine Strukturuntersuchung soll die berufliche und gesellschaftliche Situation der bei der Telekom beschäftigten Frauen in den alten ebenso wie den neuen Bundesländern beleuchten.

Die Untersuchung wird auf Initiative der Frauenbeauftragten der Telekom, Heli Ihlefeld-Bolesch, vom Referat für Marktforschung des Fernmeldetechnischen Zentralamtes in Darmstadt durchgeführt.

Sie hat zum Ziel, die Bewertung und die Anforderungen der Berufsarbeit wie zum Beispiel Aspekte des Arbeitseinsatzes, der Arbeitsbedingungen und der beruflichen Entwicklung zu erforschen sowie die Probleme der Abstimmung mit den familiären Aufgaben. Die Ergebnisse der Untersuchung werden Grundlage sein für ein noch zu entwickelndes Frauenförderprogramm der Telekom.

Mit der Datensammlung für die Untersuchung wurde die Forschungsgruppe Kammerer in München beauftragt.

Der Fragebogen wird an die Privatanschriften der durch exakte Stichprobe ermittelten Frauen (je 5000 in den alten und den neuen Bundesländern) gesandt werden. Die Teilnahme ist freiwillig und die Daten werden anonym erfaßt und ausgewertet. Die Befragung in den alten Bundesländern wird ab Mitte März 1991 erfolgen, die in den neuen frühestens Ende Mai 1991, da die Ermittlung der Anschriften sowie die sonstigen Vorbereitungen dort schwieriger sind.

Heli Ihlefeld-Bolesch erklärte, es liege im Interesse der Frauen selbst, sich die Mühe zu machen, die 50 bis 60 Fragen zu beantworten. Die Frauenbeauftragte hofft auf ein positives Echo.

Neuer Dienst in Dresden

CHEKKER STARTET IN DER SÄCHSISCHEN ELBMETROPOLE

(Fortsetzung von Seite 1)

Auf einer vorausgegangenen Pressekonferenz hob Klaus Hummel die Schlüsselfunktion von Mobilfunkdiensten bei dem wirtschaftlichen Aufbau und der Erschließung der Telekommunikationsinfrastruktur in den östlichen Bundesländern hervor. In einem Interview mit einem Journalisten des Sachsenrundfunks sagte Hummel: „Telekommunikation ist unbestreitbar eine der wichtigsten infrastrukturellen Voraussetzungen für eine funktionsfähige und leistungsstarke Wirtschaft. Mit der Premiere von Chekker in den neuen Bundesländern unterstreicht Telekom ihre Anstrengungen, das Beitrittsgebiet möglichst schnell mit einer Vielfalt von Telekommunikationsdiensten zu erschließen."

Peter Striebel, Fachbereichsleiter für öffentliche Bündelfunkdienste, informierte Presse und Gäste über technische Details von Chekker, das sich in den Altbundesländern bereits in den Wirtschaftsräumen Hamburg, Frankfurt und Stuttgart im Regelbetrieb bewährt hat.

Bei Chekker, so Striebel weiter, handelt es sich um eine Bündelfunktechnik, die eine optimale Nutzung der zur Verfügung stehenden Frequenzen gewährt. So können rechnergesteuert Sprachnachrichten mit möglichst wenig Kommunikationskanälen zwischen möglichst vielen Nutzern übermittelt werden. Für Chekker-Kunden gehören lange Wartezeiten auf freie Kanäle und unerwünschtes Mithören der Konkurrenz der Vergangenheit an.

Die Steuerung der Verkehrsabwicklung erfolgt im Bündelfunk über einen digitalen Organisationskanal (1,2 Kbit). Dieser „verwaltet" bis zu 20 Kommunikationskanäle. Die Betriebsart des Sprechverkehrs über die Kommunikationskanäle ist Semi-Duplex. Striebel erinnerte daran, daß Telekom sich bei der Einführung des heutigen Wettbewerbsdienstes für einen einheitlichen technischen Standard entschied, wodurch die Verwendung von Endgeräten unterschiedlicher Hersteller in den verschiedenen regionalen Netzen sichergestellt ist.

Noch sind öffentliche Fernsprecher in der Elbmetropole eine Rarität. Bild links: Nach der Pressekonferenz – Journalisten informieren sich über Chekker-Endgeräte

Neben der Netzauslastung bietet Chekker zwei weitere entscheidende Vorteile. So erlaubt die Reichweite von 30 bis 50 Kilometern die Versorgung von ganzen Wirtschaftsräumen. Die erste Ausbaustufe in Dresden mit Funkzellenstandorten in Gompitz und Polenz deckt somit, konservativ gerechnet, auch die Städte Pirna, Meißen und Riesa ab.

Und wirtschaftlich stellt sich Chekker besonders attraktiv dar. Da die Funknetz-Infrastruktur durch Telekom bereitgestellt wird, entstehen den Anwendern keine Kosten für Planung und Einrichtung eigener Sende- und Antennenanlagen sowie für Betrieb und Wartung. In dem noch begrenzten Netzraum von Dresden wird der pauschale monatliche Nutzungstarif 40 Mark pro Funkstelle betragen.

Eine faszinierende Perspektive des Systems wurde von den Gästen in Dresden mit besonderer Aufmerksamkeit aufgenommen. Dank der Integrationsfähigkeit mit anderen Telekommunikationsdiensten wird es in einigen Monaten möglich sein, mit Chekker in das öffentliche Telefonnetz „hineinzuwählen". Aber auch schon ohne dieses Leistungsmerkmal wird mit einer relativ raschen Auslastung der derzeit vorhandenen Chekker-Kapazität in Dresden für rund 1000 Funkgeräte gerechnet.

In 1991/92, so Hans Kerler, Telekom-Geschäftsbereichsleiter Mobilfunk, wird das Unternehmen in der gesamten Republik ca. 300 Millionen Mark in den Ausbau von Chekker investieren.

Die Marketingstrategie der Telekom zielt auf eine starke Präsenz in allen wichtigen Wirtschaftsräumen, um für den Wettbewerb gerüstet zu sein.

Chekker

Öffentliche regionale Bündelfunknetze der Telekom

Das Chekker-Netz Dresden in Zahlen

- **2-zelliges öffentliches Bündelfunknetz mit den Standorten**
  - Gompitz (Dresden), zugleich Netzzentrale
  - Polenz (Meißen)
- **Derzeitiger Ausbaustand**
  - Gompitz: 8 Funkkanäle
  - Polenz: 4 Funkkanäle
  - davon jeweils 1 Organisationskanal zur Steuerung
- **Kapazität**
  - derzeit ausreichend für ca. 1000 Funkgeräte
  - nutzergerecht erweiterbar hinsichtlich
    - Kapazität und
    - Ausdehnung
- **Frequenzbereich**
  - Unterband: 410,8-415 MHz
    Oberband: 420,8-425 MHz
- **Kanalbandbreite 12,5 kHz**
- **Übertragungsart**
  - Semi-Duplex (Wechselsprechen auf 2 Frequenzen)

Studienstart in Leipzig

60 Studenten nahmen am 25. Februar 1991 an der Ingenieurschule Leipzig der Telekom das Studium der Nachrichtentechnik auf. Dieser Studiengang wird aus dem früheren Bereich Fernmeldetechnik entwickelt.

Die Studieninhalte entsprechen etwa denen der Fachhochschulen in Berlin und Dieburg und sind besonders praxisorientiert. Neben der Diplomarbeit werden in das achtsemestrige Studium drei Projekte integriert.

Professor Uwe Rabenhorst, Gründungsrektor der Ingenieurschule Leipzig, sieht als derzeit größtes Problem die Raumnot. „Um die FH beziehungsweise Ingenieurschule fachlich gut auszurichten, fehlt es an Platz", erklärte er am Telefon. „Wir sind alle froh, daß wir – wie vorgesehen – im Februar mit dem Studienbetrieb beginnen konnten. Dies ist nicht zuletzt durch die Hilfe der Kollegen an den Fachhochschulen in Berlin und Dieburg ermöglicht worden."

Beim Aufbau des Berliner Kleinzellennetzes C wurden auch dieser Wartburg und ein Opel zu Funkmeßwagen umgerüstet. „Mit diesen Autos haben wir die Optimierung des Berliner Kleinzellennetzes vorgenommen", berichteten Enrico Dreas (rechts) aus Hamburg und Frank Ehrlich von der Berliner Projektgruppe Mobilfunk 2, die gemeinsam das Netz in Berlin aufgebaut haben

Unbürokratische Partnerschaftshilfe

Rasch und unbürokratisch griff das Fernmeldeamt Flensburg den Kollegen im Fernmeldeamt Brandenburg unter die Arme. Zwei Fernmeldecontainer mit Vermittlungseinrichtungen für 2000 Gespräche aus Flensburg wurden in Neubrandenburg installiert. Die Inbetriebnahme wurde von Erich Mader, Leiter des Fernmeldeamts Flensburg, und seinem Neubrandenburger Kollegen Wolfgang Thielke vorgenommen. Eingebettet ist diese Maßnahme in ein mehrstufiges Konzept der Partnerschaftshilfe. Im Verlauf von sechs Wochen sind 30 Mitarbeiter beim Aufbau des Fernmeldeamtes Neubrandenburg behilflich. In einer zweiten ca. einjährigen Stufe wird die Kabelplanung für das Ortsnetz im Neubrandenburger Bezirk durchgeführt.

STIMMUNGSBAROMETER

Frust und Lust zwischen Rostock und Chemnitz

Auf die Telekom-Mitarbeiter in den neuen Bundesländern kommen viele ungewohnte Aufgaben zu. Und sie haben mit einer Fülle von Schwierigkeiten zu kämpfen: zu kleine Amtsstuben, ungewohnte Vorschriften, neues Management und veraltete Technik. Wir fragten in den Fernmeldeämtern: Wie fühlen sich Telekom-Kolleginnen und -Kollegen nach der Vereinigung der Post?

Gerhard Burow, Amtsvorsteher des FA Chemnitz:

Ein Amt völlig neu aufzubauen – diese Aufgabe hat mich gereizt. Deshalb bin ich von Bayreuth nach Chemnitz gegangen. Ehrlich gesagt, es ist hier ganz schön anstrengend. Mein Arbeitstag hat selten weniger als zehn Stunden. Ich hätte nie gedacht, daß so viele Schwierigkeiten auf mich zukommen würden. Mit der Einheit hapert es nämlich noch: Berufsabschlüsse aus der ehemaligen DDR werden nicht anerkannt, die Bewertung von Dienstposten ist zum Teil fehlerhaft. Ich muß ständig improvisieren. Trotzdem bin ich froh, hier zu den Leuten der ersten Stunde zu gehören.

Jutta Ricklin, Dienststelle „Ö" (Presse und Öffentlichkeitsarbeit) im FA Dresden:

Seit ich hier arbeite, hatten wir schon fünf Fernsehteams im Haus. Ich finde das richtig aufregend. Vorher habe ich in der Vertriebsabteilung Kunden beraten und Rufnummern vergeben. Nicht sehr spannend auf die Dauer. Jetzt muß ich unser Amt nach außen vertreten, sichte Zeitungen und schreibe Pressemitteilungen. Das Problem: Eine Stelle wie unsere ist extrem auf die Zuarbeit von anderen Fachabteilungen angewiesen. Das klappt leider noch nicht so gut. Viele Leute haben neue Posten und ich muß sie erst umständlich suchen, wenn ich etwas von ihnen wissen will.

Dolf-Diethram Niehaus, Planungsabteilung (6A) des FA Rostock:

Seit die Telekom das Ruder übernommen hat, ist für uns alles komplizierter geworden. Jeden Abend sitze ich über den neuen Vorschriften. 20 Hefte im DIN-A-4-Format sind's bis jetzt und ständig kommen neue hinzu. Wenn ich mitreden will, muß ich die Anordnungen kennen. Und dazu reicht die Arbeitszeit nie aus. Aber ich sag' mir jeden Tag: „Das wird schon werden!"

Wolfram Bossinz, Abteilung FEV (Betriebstechnik) im FA Cottbus:

Über den Daumen gepeilt ist der Bereich des Fernmeldeamtes Cottbus nach der Vereinigung dreimal so groß wie früher. Das bedeutet, daß heutzutage alles anders organisiert werden muß. Ich habe früher mehr in der Technik gearbeitet – Fehlersuche, Meßbereich und so weiter. Jetzt habe ich vor allem Verwaltungsaufgaben. Und die sind oft sehr kompliziert. Wir müssen hier schließlich mit sechs verschiedenen Systemen arbeiten, in den alten Bundesländern gibt es nur ein grundlegendes System. Ich freue mich auf den Tag, wenn alles einheitlich ist – aber das wird wohl leider noch vier bis sechs Jahre dauern.

„Ich frage mich, ob ich auch gut genug bin auf diesem Posten, aber alles in allem bin ich richtig glücklich hier"

Brigitte Ziese, Sekretärin im FA Magdeburg:

Ich war jahrelang Telefonistin und wäre das wohl auch geblieben, wenn nicht eines Tages mein jetziger Chef zu mir gekommen wäre und mich gefragt hätte, ob ich seine Mitarbeiterin werden will. Ich habe mich riesig gefreut, denn jetzt habe ich einen richtig verantwortungsvollen Job. Schreibmaschine schreiben muß ich zwar erst noch lernen, und ich frage mich, ob ich auch gut genug bin auf diesem Posten, aber alles in allem bin ich richtig glücklich hier.

Hanni Markowetz, Finanzbuchhalterin im FA Schwerin:

Die letzten Wochen und Monate waren wahnsinnig anstrengend. Wir mußten ständig Überstunden machen, ich konnte meine freien Tage nicht nehmen. Aber jetzt bekommen wir einen neuen Hauptbuchhalter, da wird's hoffentlich ruhiger. Durch die Telekom hat sich in meinem Bereich nicht viel verändert. Wir haben auch vorher schon mit modernen Computern gearbeitet.

Andreas Huxol, Abteilungsleiter der Abteilung 1 (Personal) im FA Potsdam:

Für mich hat sich eine Menge geändert. Ich war vorher in der Technik beschäftigt und habe jetzt viel mehr mit Leuten zu tun, weil ich Mitarbeiter fachlich anleite. Diese Stelle ist mir angeboten worden, und ich habe zugegriffen, weil ich weiterkommen will. Was mich stört: Die Leute von der Direktion sind völlig abgehoben von der Basis. Die denken sich Vorschriften aus, die überhaupt nicht realisierbar sind.

Rainer Stephan, Stellenvorsteher Öffentlichkeitsarbeit im FA Chemnitz:

Die Leute in den neuen Bundesländern können sich unter „Telekom" noch zu wenig vorstellen. Die haben immer noch die „Deutsche Post" im Hinterkopf. Ich möchte das ändern. Und die Möglichkeiten habe ich jetzt. Unter der früheren Leitung durfte ich nur Pläne umsetzen, jetzt sind eigene Ideen gefragt.

Willy Millowitsch im Briefkasten

Schon während der Brief in den Schlitz gesteckt wird, ertönt die Stimme von Willy Millowitsch: „Sind Sie sicher, daß dieser Brief für mich ist? Also wenn er vom Finanzamt ist, können Sie ihn gleich wieder mitnehmen." Telekom-Mitarbeiter Albert Görgen hat einen Briefkasten konstruiert, der bei Einwurf eines Briefes Stimmen, Geräusche oder Musikstücke von sich gibt. Daß nun ausgerechnet die Stimme von Herrn Millowitsch die Besucher von Herrn Görgen begrüßt, daran ist Tochter Simone schuld. Die nämlich hatte klammheimlich die Erfindung in der Rudi Carrell-Show eingereicht, und der Showmaster hat reagiert. Albert Görgen ist ein Verehrer von Willy Millowitsch, da lag es nahe, auch ihn in die Sendung einzuladen.

Als Albert Görgen unter einem Vorwand als Besucher in die Januar-Show von Rudi Carrell gebeten wurde, war er der einzige, der nicht wußte, was und wer ihn erwartete. Groß war nicht nur die Überraschung, sondern auch die Freude, als der „Telekomler" von Rudi Carrell auf die Bühne gebeten wurde und dann Willy Millowitsch auftauchte. Der sprechende Briefkasten wurde den Zuschauern präsentiert. Willy Millowitsch nutzte die Gelegenheit, seine Stimme im Briefkasten zu verewigen. Nach der Show kam dann die persönliche Einladung von Millowitsch zu einem gemeinsamen Treffen in dessen Theater. Die Idee zu der Erfindung kam dem 41jährigen Tüftler, der 1967 bei der Bundespost eingestiegen war, vor fünf Jahren: „Während der Bauphase unseres Hauses haben wir zwangsläufig einen neuen Briefkasten benötigt. In drei Wochen habe ich das Ding zusammengebastelt."

Telekom-Mitarbeiter Albert Görgen, Willy Millowitsch und Rudi Carell mit dem sprechenden Briefkasten

Millowitsch-Fans seien vor übereilten Wochenendbesuchen bei Albert Görgen gewarnt. Samstags nämlich verkündet der Briefkasten die neuesten Bundesligaergebnisse. Allerdings nur dann, wenn der HSV gewonnen hat.

Telekommunikationstechnik - bundesweit einmalige Studienrichtung an der FH Dortmund

Zum laufenden Wintersemester wurde der Betrieb aufgenommen: Mit 50 Studierenden ging die neue Studienrichtung Telekommunikationstechnik an der Fachhochschule Dortmund in die erste Runde.

Bereits am 14. August 1989 kam der Segen aus dem Düsseldorfer Wirtschaftsministerium: Als bundesweit erste Hochschule erhielt die FH Dortmund die neue Studienrichtung, die im Studiengang Elektrotechnik angesiedelt ist. Der Fachbereich Nachrichtentechnik verfügt seit Mitte der 70er Jahre über positive Erfahrungen mit dem sogenannten „ingenieurmäßigen Arbeiten", einer Lehr-/Lerneinheit, die den Praxisbezug herstellt.

ISDN, Software und Mikroelektronik werden eine zentrale Rolle im neuen FH-Studienangebot spielen. Anwendungsorientierte Schaltkreise könnten beispielsweise an der Fachhochschule nach Spezifikationen von Herstellern bis zur Fertigungsreife entwickelt werden. Anspruchsvoll ist die neue Studienrichtung in jedem Fall. Beispiel Software: Komplexe Computerprogramme sollen nicht nur angewandt oder getestet - sondern vor allem entwickelt werden.

„Wir wollen den Strukturwandel unterstützen", so Prof. Helmut Müller vom Fachbereich Nachrichtentechnik, „und mit dem neuen Studienangebot unseren Beitrag leisten". Die Nachfrage nach Fachkräften seitens der Industrie ist zweifellos da - nur mit der speziellen Ausbildung hapert es bislang noch. Insgesamt 13 Stellen, acht für wissenschaftliches und vier für nichtwissenschaftliches Personal, stellte das Ministerium für die neue Studienrichtung zur Verfügung.

FH Berlin ganz international

Wie schon im vergangenen Jahr ist auch 1991 der internationale Studenten-Austausch an der Fachhochschule Berlin ein wichtiger Bestandteil der Aus- und Fortbildung. Besonders die Beziehungen zu Hochschulen der France Telecom in Brest, Evry und Paris haben Tradition. Regelmäßig besuchen Berliner Studenten für jeweils acht Wochen Praktika in Frankreich – und umgekehrt. Auch Seminare von ein bis zwei Wochen Dauer erfreuen sich großer Beliebtheit.

Am 2. Februar 1991 reisten eine Studentin und neun männliche Kommilitonen zu einem Seminar über aktuelle Themen der Nachrichtentechnik nach Brest. Am 23. Februar hieß es bonjour für zwanzig Studenten aus der französischen Hauptstadt, die sich in Berlin über den neuesten Wissenstand auf dem Gebiet der Optischen Nachrichtentechnik und der Mikrocomputertechnik informieren konnten. Zumindest umgangssprachliche Französischkenntnisse sollten Studierende der FH Berlin haben, die ihre Diplomarbeit in Paris oder Brest schreiben wollen.

Very good English ist für zwei Studenten angesagt, die für ein Jahr an der Old Dominion University in Virginia an elektrotechnischen Projekten mitarbeiten.

Nach über 50 Jahren...

... trafen sich die ehemaligen Telegraphenbaulehrlinge des 13. Lehrgangs im Bildungszentrum Heusenstamm der OPD Frankfurt. Die heutigen Ruheständler haben von 1937 bis 1939 beim damaligen Telegraphenbauamt Frankfurt ihre Lehrzeit absolviert. Nachdem die 13 ehemaligen Kollegen anerkennende Worte für ihre freundschaftliche lange Zusammenarbeit vom Präsidenten der OPD Frankfurt, Albert Albensöder, entgegengenommen hatten, postierten sie sich vor einem Postschlitten aus dem Jahr 1900.

Eine Million Telefonanschlüsse in München

Im Telekom-Laden in der Residenzpost ehrte Dipl.-Ing. Ernst Seitner, der Telekom-Chef von Bayern und Schwaben, den einmillionsten Münchner Telefonkunden. Der Jubiläumskunde, der 999 999ste und der 1 000 001ste Telefonkunde bekamen als Geschenk je ein Telefon im exklusiven Porsche-Design mit je 1000 freien Telefongebühreneinheiten. Das besondere am Jubiläum ist: Der 1 000 001ste Telefonanschluß von München ist ein Dresdner Industriebetrieb. Der deutsche Fernmeldesatellit DFS Kopernikus macht diese Verbindung möglich.

Das Telefon – ein Erfolgsweg ohne Beispiel

Das Telefon hat seinen Siegeszug in München am 1. Mai 1883, also vor 108 Jahren, angetreten mit 145 Teilnehmern. Unter den ersten Telefonkunden waren 35 Bankhäuser, sieben Brauereien, zwei Zeitungen und natürlich auch das Münchner Rathaus. Einen Telefonanschluß hatte der Oberbürgermeister und einen der Pförtner.

Nach einem Siegeszug hatte es damals allerdings noch nicht ausgesehen. Zwei Weltkriege haben dafür gesorgt, daß man nach 1945 mit 15 000 Telefonanschlüssen fast wieder von vorne beginnen mußte. 1958 waren es dann schon wieder 100 000, 1973 eine halbe Million und 1982 gar eine dreiviertel Million.

Der Münchner Telekom-Chef Ernst Seitner berichtet: „Im Jahre 1982 wurde auf die Frage, wann es in München eine Million Telefonanschlüsse geben werde, geantwortet, daß dies wahrscheinlich im Jahre 2002 der Fall sei." Die Prognosen von damals wurden vom Boom überholt. In jedem Münchner Privathaushalt steht heute ein Telefon. 27 000 Haushalte haben sogar einen zweiten Anschluß.

Mit der Million beginnt ein neues Telefonzeitalter

München ist zur Zeit eine riesige Baustelle. Für 1,2 Milliarden Mark digitalisiert die Telekom das Telefonsystem der Bayernmetropole. Bis zum Ende des Jahrzehnts sollen alle 76 Telefonvermittlungsstellen auf digitalen Betrieb umgestellt sein. Der Wandel von der analogen zur digitalen Nachrichtentechnik führt zum ISDN – dem integrierten Fernmeldenetz. In München gibt es bereits über 500 ISDN-Kunden.

Direkter Draht nach Dresden

In einem Aufholprogramm ohnegleichen wird in den nächsten Jahren das Telekommunikationssystem in den fünf neuen Bundesländern auf den gleichen Stand gebracht wie im Westen. Die Telekom in München „leiht" Dresden 300 Münchner Telefonnummern, die nicht, wie sonst üblich, den Kunden über eine Kupferader mit seiner Vermittlungsstelle verbinden. Die „neuen Münchner" in Dresden werden via Satellit mit dem Telefonnetz in München verbunden. Am 4. Dezember letzten Jahres wurden die ersten Telefonanschlüsse offiziell nach Dresden geschaltet. Münchens Oberbürgermeister Georg Kronawitter konnte mit dem Zentrum für Mikroelektronik Dresden GmbH den 1 000 001sten Münchner Telefonkunden über Videokonferenz zum heißbegehrten Anschluß beglückwünschen. Die Telefonnummern, die für die Dresdner Kunden zur Verfügung gestellt werden, kommen aus dem Münchner Westend.

Bis Ende des Jahres sollen insgesamt 60 Telefonanschlüsse über den Dienst DIVA nach Dresden geschaltet werden. Das Telefonat von Dresden nach München und umgekehrt findet zum Ortstarif statt.

Ernst Seitner (Bildmitte) gratuliert der Familie Roubal zum Jubiläumsanschluß

HIGH-TECH ZUM ANFASSEN

Neuer Telekom-Laden in Wiesbaden

„Mit der Einrichtung von Telekom-Läden zieht das Unternehmen Telekom in ein neues Zeitalter des Wettbewerbs ein." Mit diesen Worten eröffnete der Präsident der Oberpostdirektion Frankfurt, Dipl.-Ing. Albert Albensöder, den neuen Telekom-Laden in Wiesbaden am Michelsberg 3.

Auf 200 Quadratmetern klar und übersichtlich gegliedert findet der Kunde High-Tech aus allen Bereichen der Telekommunikation zum Anfassen, Ausprobieren, Mieten und Kaufen. Telefone für jeden Geschmack – mit Wählscheibe oder Tastenfeld, schnurlos oder konventionell, Design- und Komfortapparate – stehen zur Wahl. Außerdem Telefax, das mobile Funktelefon „Pocky", Cityrufempfänger und ISDN-fähige High-Tech-Nebenstellenanlagen.

Der Laden in hellem, großzügigem Design ist in Produkt- und Dienstleistungsangebote strukturiert. Dies erlaubt eine individuelle, auf die aktuellen Angebote und Kundenwünsche abgestimmte Gestaltung von Einzelbereichen, die sich harmonisch in das Gesamtbild einpassen. In einem Dienstleistungsbereich können Endgeräte wie Telefone, Eurosignal- und Cityrufempfänger, Telefaxe, etc. bei Störungen „vor Ort" auf die Funktionstüchtigkeit aller Bauteile überprüft werden.

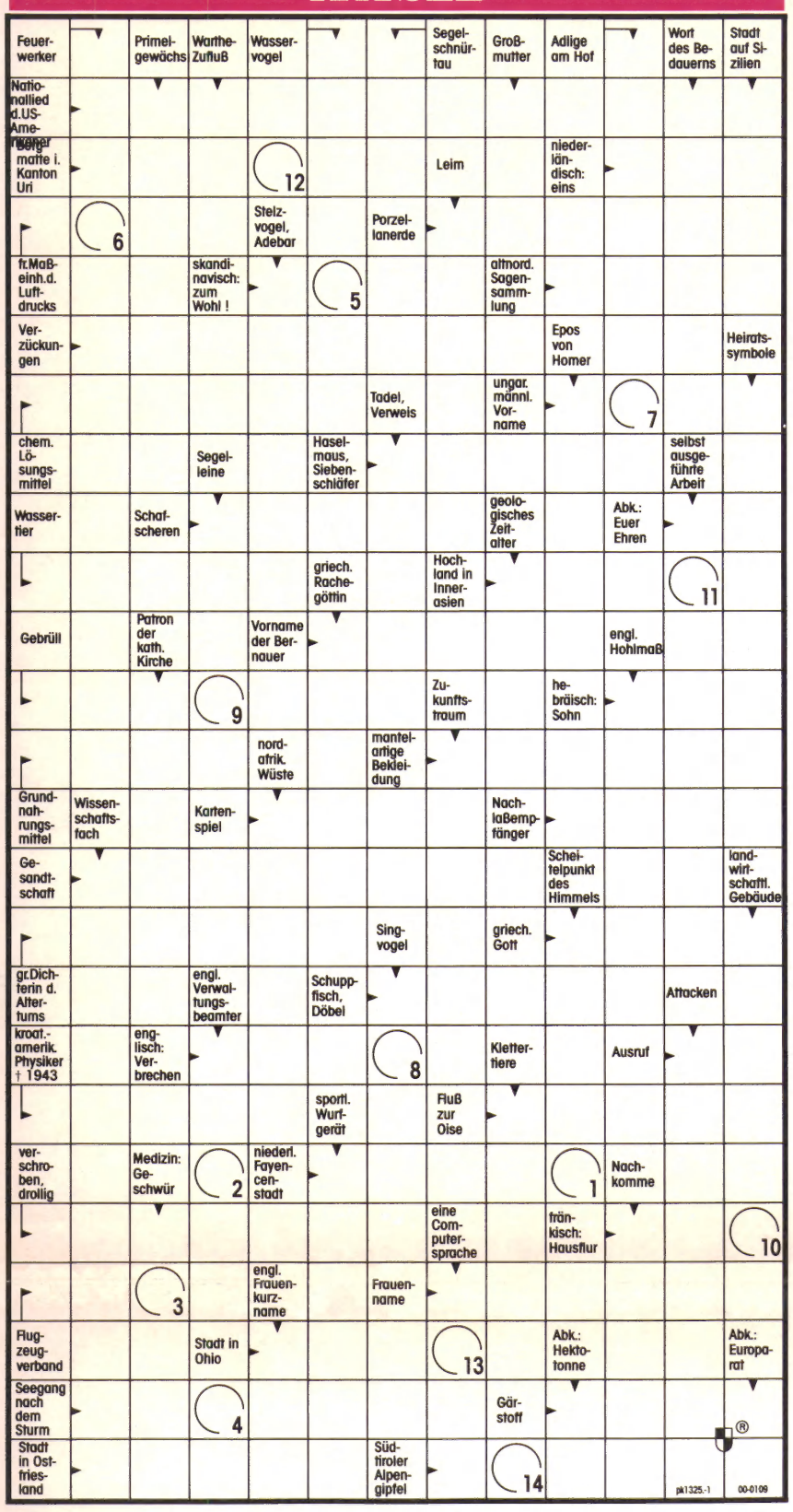
Der Kunde kann sich außerdem über alle Telekom-Dienstleistungen informieren, zum Beispiel über Bildschirmtext und Kabelanschluß.

Ein besonderer Clou ist die Wand aus Fernsehmonitoren. Alle Programme, die in Wiesbaden über Kabel zu empfangen sind, werden gleichzeitig eingeblendet.

Insgesamt gibt es in der Bundesrepublik 120 Telefonläden. Sie sollen stufenweise zu Telekom-Läden – wie der in Wiesbaden – ausgebaut werden und spielen eine Schlüsselrolle im neuen, wettbewerbsorientierten Vertriebskonzept der Telekom. Angestrebt wird eine möglichst flächendeckende Vertriebsstruktur.

Günter Borm aus dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit des Fernmeldeamtes Wiesbaden und Luise Bretschneider, Gerhard Schreyer, Albert Albensöder und Stadtrat Bernd Hein (v.l.n.r.) vor der überdimensionalen Fernsehwand

RÄTSEL



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

Bücher und Telefonkarten zu gewinnen

Diesmal gibt es drei Bücher, „Robert Vorhoelzer – Ein Architektenleben", und sieben Telefonkarten im Wert von je 12 Mark zu gewinnen. Schreiben Sie das Lösungswort und Ihren Absender deutlich auf eine frankierte Postkarte und schicken Sie diese an: Redaktion „TelekomMonitor", Stichwort Rätsel, Untermainkai 20, 6000 Frankfurt/Main 1. Einsendeschluß ist der 29. März 1991. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

BUCHTIP

Robert Vorhoelzer: Ein Architektenleben

Die Klassische Moderne der Post

Wissen Sie, was eine Münchner Küche ist? Die Antwort finden Sie in dem Buch „Robert Vorhoelzer – ein Architektenleben", das der Callwey Verlag parallel zum Start einer Ausstellung im Müchner Stadtmuseum herausgegeben hat. Herausgeber sind Florian Aicher und Uwe Drepper, die auch die Ausstellung konzipiert haben.

Es ist ihnen gelungen, mit reichlich Bildmaterial und renommierten Autoren auf rund 300 Seiten den Einfluß des bis heute weitgehend unbekannten Architekten Robert Vorhoelzer auf die moderne Architektur zu dokumentieren. Der Leser wird in die Lage versetzt, sich ein Bild vom Werk des Architekten zu machen und darüber hinaus in das soziale und kulturelle Umfeld dieser Zeit zu schlüpfen.

Als Leiter der bayerischen Postbauverwaltung begründete Robert Vorhoelzer 1920 die Postbauschule in München. Einer der wenigen Beiträge zur modernen Architektur im süddeutschen Raum.

Insgesamt 350 Landespostämter aus ganz Deutschland sind unter dem Einfluß dieser Institution entstanden. Die wichtigsten davon werden im Buch ausführlich vorgestellt.

Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung" schrieb dazu: „Nicht in der Erfindung sondern in der Durchsetzung des neuen Bauens als einer Art einheimischen – heute fast volkstümlichen Stils waren die Münchner Postarchitekten weitaus erfolgreicher als manche Herren der Moderne."

Post hautnah erleben:

Deutsches Postmuseum in Frankfurt

„Ich will aber erst zu den Trommeln, Papi", tönt es lautstark durch die Gänge. Der Vater des circa seçhsjährigen Schreihalses hat alle Mühe, seinen Sprößling davon zu überzeugen, daß es bis zu den Trommeln noch ein bißchen dauert. So oder ähnlich ist es schon vielen Eltern beim Wochenendausflug ins neue Postmuseum ergangen.

Im Gegensatz zu herkömmlichen Museen ist es den Organisatoren gelungen, eine echte Erlebniswelt zu schaffen. Bei den Besuchern handelt es sich deshalb nicht nur um die typische Museumsklientel; viele junge Familien mit Kindern prägen das Bild.

Der futuristisch anmutende Neubau wurde harmonisch mit der historischen Villa des alten Postmuseums verbunden. Auf einer Ausstellungsfläche von 3500 Quadratmetern ist reichlich Raum, um Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Post eindrucksvoll zu demonstrieren.

Historisch interessierte Besucher haben die Möglichkeit, das Briefmarkenkabinett zu durchstöbern – hier war bis zum 28. Januar die Blaue Mauritius ausgestellt – oder alte Postautos und Briefkästen aus aller Welt zu bewundern. Ein Trabi der ehemaligen Reichspost signalisiert den Anspruch des Hauses, auch zum Thema DDR beschlagen zu sein.

Technisch Versierte werden zuerst das Augenmerk auf die Kommunikationstechnik richten. Der Experimentierfreude sind dort keine Grenzen gesetzt; von der obengenannten Buschtrommel bis zur digitalen Sprachanalyse

Das Deutsche Postmuseum fasziniert den Nachwuchs

kann der Besucher alles selbst ausprobieren. Nicht nur bei den Jüngeren findet die Möglichkeit, ein Museum aktiv zu erfahren, großen Anklang.

Der Besucherstrom ist auch nach vier Monaten ungebrochen groß. Dr. Klaus Beyrer, stellvertretender Leiter des Museums, ist darüber hocherfreut: „Bereits 100000 Besucher aus allen Teilen der Bevölkerung hat das Postmuseum in nur vier Monaten zu verzeichnen." Das klingt rekordverdächtig.

In einer ersten Sonderausstellung unter dem Titel „Vom Verschwinden der Ferne" wurden Werke von etwa 20 Künstlern, unter anderen Joseph Beuys, Ives Klein und On Kawara, gezeigt, die sich mit dem Thema Kommunikation auseinandergesetzt haben.

Reges Interesse ist auch für die zweite Ausstellung zu erwarten. Unter dem Titel „Robert Vorhoelzer – Ein Architektenleben. Die klassische Moderne der Post" werden vom 20. Februar bis 1. Mai Bilder und Modelle von Robert Vorhoelzer, dem Initiator der „Münchner Postbauschule", gezeigt. Daß er seiner Zeit weit voraus war, belegen eindrucksvoll die Modelle, die im Maßstab 1:1 zu besichtigen sind.

Auch für die Zukunft hat sich Dr. Beyrer viel vorgenommen. „In unseren Sonderausstellungen werden wir ein Gleichgewicht zwischen der modernen Kommunikationstechnik und der Geschichte halten. Die Art der Sonderausstellungen wird spannend, abwechslungsreich und vor allen Dingen originell sein. Wir haben da noch einige Pfeile im Köcher."

Familienväter werden also auch in Zukunft mit ihren Sprößlingen den einen oder anderen Sonntag im Postmuseum verbringen.

Deutsches Postmuseum
Schaumainkai 53, 6000 Frankfurt/Main
Telefon: 069/60600
Geöffnet: Dienstag bis Sonntag 10 - 17 Uhr
Mittwoch bis 20 Uhr

STICHWORT DES MONATS

MULTIPLEXER

Die zwei Drähte aus dem Schulunterricht, von den Batteriepolen zum Glühbirnchen, das kann sich jeder vorstellen: Einer hin, einer zurück, und da drin fließt der Strom. Solange man sich das Telefon genauso denkt, nur mit viel längeren Drähten, scheint es eine ziemlich einfach Sache. Aber wenn einem jemand sagt, daß je nach Strecke tausende von Gesprächen gleichzeitig über einen Leiter laufen, hört es auf.

Das Schöne an dem Wort Multiplex und seinen Verwandten wie Multiplexer oder Multiplexing ist, daß man eine vage Idee bekommt, da werde wohl vieles auf eins gepackt.

Ganz generell ist Multiplexing die Technik, eine Übertragungsstrecke mehreren Benutzern zur selben Zeit zur Verfügung zu stellen. Das können Telefongespräche sein, die beiden Stereo-Kanal-Signale eines UKW-Senders oder Daten in einem Computernetz. Neuerdings will man den Kabelverhau an Bord besonders komfortabel mit elektronischen Kontrollen versehener Autos durch Multiplexen vereinfachen: Mehrere Sensoren sollen sich eine Leitung teilen, damit man nicht einen armdicken Kabelbaum beispielsweise durch den Türausschnitt führen muß.

Zwei Verfahren sind beim Multiplexen zu unterscheiden: Zeitversetzter Transport beim Time Division Multiplex und synchron beschickte, nebeneinander liegende Kanäle beim Frequency Division Multiplex. Man benötigt in jedem Fall am Anfang und am Ende einer Multiplex-Strecke ein als Multiplexer bezeichnetes Gerät, das zunächst die verschiedenen Quellen vor der Übertragung bündelt und am Ende eins, das alles wieder auseinander sortiert.

Stellen wir es uns so vor: Die Multiplex-Strecke sei eine schräg gestellte Röhre. Auf der einen Seite sitzen drei Küchenjungen, jeder mit einer Schüssel: einmal Linsen, einmal Erbsen, einmal Bohnen. Die Hülsenfrüchte sollen im Multiplex-Verfahren durch die Röhre rutschen und am Ende, jede Sorte wieder für sich, in drei Schüsseln landen. Jetzt brauchen wir noch am Anfang und am Ende der Röhre unsere Multiplexer.

Fall eins, Time Division Multiplex: Der Multiplexer holt sich beim Küchenjungen Nummer eins eine Handvoll Linsen, wirft sie in die Röhre, holt sich sofort beim nächsten eine Handvoll Erbsen, ab in die Röhre, eine Handvoll Bohnen, weg damit, und wieder eine Handvoll Linsen und so fort. Der Multiplexer am Ziel sortiert, was ihm da entgegenkullert im gleichen Tempo in die richtigen Schüsseln. Das jeweilige Signal wird also in kleine Portionen aufgeteilt, und abwechselnd werden Portionen aus verschiedenen Quellen übertragen. Am Ziel findet der Vorgang umgekehrt statt: Aus den Portionen wird das Signal wieder zusammengesetzt.

Dieses Portionieren funktioniert gut bei digitalen Signalen, die sich zu kleinen und kleinsten Einheiten, Bytes und Bits, aufteilen lassen.

Um in unserem Bild zu bleiben: Ein Wasserstrom ließe sich nicht so aufgeteilt transportieren. Das ist auch bei analogen Übertragungen so. Deshalb verwendet man da, beispielsweise beim Multiplexen analoger Telefonverbindungen, Frequenzteilungs-Multiplexing: Wir müssen unsere Röhre im Durchmesser groß genug machen, damit in ihr von einander getrennte Kanäle Platz haben. Breitbandig nennt man eine solche Übertragungsstrecke.

Die Linsen, Erbsen und Bohnen rutschen jetzt, wenn sie der Multiplexer beim Start in die richtige Röhre schiebt, gleichzeitig nebeneinander zu ihrer Ziel-Schüssel. Schwer vorstellbar bleibt, daß in einem Glasfiberkabel genug Platz ist für tausende von Telefongesprächen auf unterschiedlicher Frequenz.

Neues aus der Philatelie

Am 14. Februar hat die Deutsche Bundespost sieben neue Briefmarken herausgegeben. Die am 13. November 1986 begonnene Dauerserie „Frauen der deutschen Geschichte" wird durch zwei Ausgaben ergänzt. Die Marke mit dem Wert von 150 Pfennig ist Sophie Scholl gewidmet. Mit ihrem Bruder Hans war sie eines der führenden Mitglieder der „Weißen Rose", einer Gruppe, die nach der Niederlage des deutschen Heeres in Stalingrad zum passiven Widerstand gegen den Krieg und das Hitler-Regime aufrief. Die Geschwister Scholl wurden vom Volksgerichtshof zum Tode verurteilt und am 22. Februar 1943 hingerichtet.

Bertha von Suttner, die österreichische Schriftstellerin, Repräsentantin der bürgerlichen Friedensbewegung und Friedensnobelpreisträgerin (1843 bis 1914) ist auf der neuen 2-DM-Marke zu sehen. Die Entwürfe für beide Postwertzeichen stammen von Professor Gerd Aretz aus Wuppertal.

Zum 400. Geburtstag des Dichters und Ordensmannes Friedrich Spee von Langenfeld gibt die Post ein Sonderpostwertzeichen im Wert von einer Mark heraus. Der am 25. Februar 1591 in Kaiserswerth geborene Jesuit und Theologieprofessor wurde durch seinen Kampf gegen Ungerechtigkeit und Folter bekannt. Seine mutige Kampfschrift gegen die Hexenprozesse, die „Cautio criminalis", trug wesentlich zur Überwindung des Hexenwahns bei.

„Für den Sport 1991" heißt eine Serie von Sonderpostwertzeichen mit Zuschlägen zugunsten der „Stiftung Deutsche Sporthilfe e.V.". Die Sportmarken, alle entworfen von Karin Blume-Zander aus Haan, stehen im Zeichen herausragender Sportereignisse. Sie zeigen Sportler der Jahrhundertwende beim Radfahren und Gewichtheben (Weltmeisterschaften), Ringen (Europameisterschaft) und Basketball (100jähriges Jubiläum). Die Werte sind: 70 + 30 Pfennig (Gewichtheben), 100 + 50 Pfennig (Radfahren), 140 + 60 Pfennig (Basketball), 170 + 80 Pfennig (Ringen).

Ab 1992 wird es erstmals ein Sonderbriefmarkenprogramm mit Zuschlag zugunsten des Umweltschutzes geben. Die Umweltmarke - eine Initiative von Bundespostminister Schwarz-Schilling – soll im Zwei-Jahres-Rhythmus erscheinen.

Insgesamt werden ab 1992 pro Jahr 16 Zuschlagmarken mit einem Zuschlagwert von insgesamt 7,40 DM herausgegeben. Die Erlöse kommen wohltätigen Organisationen und der Sporthilfe zugute.

Heute fertig - heute gebracht

Ein Lustspiel in einem Akt

„Puh, das war wieder eine Nacht. Nur gut, daß Du mir geholfen hast, sonst wären die beiden neuen Hutmodelle nicht mehr rechtzeitig fertig geworden."

„Wozu eigentlich die ganze Hektik? Hätten wir das nicht auch heute in Ruhe machen können?"

„Habe ich Dir das noch nicht erzählt? Heute abend ist die Show auf der Modewoche in München. Und meine Hüte werden dort gezeigt. Das könnte der Durchbruch sein."

„Ja und, willst Du etwa jetzt nach München fahren, da bist Du doch mindestens neun Stunden unterwegs."

„Nee, das geht auf gar keinen Fall. Ich habe nachher auch noch eine Kundin hier. Aber da gibt es sicherlich einen Botendienst, den wir beauftragen könnten."

„Mit dem Auto oder mit der Bahn schaffen die das doch rein zeitlich gesehen gar nicht mehr. Das beste wäre mit dem Flugzeug."

„Hättest wohl Lust, mal wieder nach München zu fliegen. Aber das ist stinkteuer, so ein ganz normales Ticket Hamburg - München. Gibt's denn keine billigere Lösung?"

„Laß mich mal machen, ich krieg schon was raus."

„Du wirst es nicht glauben, aber Michael hat die Lösung für uns."

„Michael, ist das nicht Dein Freund bei der Post?"

„Genau – die erproben gerade einen neuen Dienst, eine Zusammenarbeit mit Lufthansa. SameDay nennt sich das, weil das Paket am selben Tag ein- und ausgeliefert wird. Im Klartext heißt das: Jemand von der Post kommt hierher und holt die beiden Hüte ab. Natürlich müssen wir sie anständig verpacken. Dann geht das Ganze auf einen Linienflug von der Lufthansa. Hast Du jemanden, der das Paket in München vom Flughafen abholen könnte?"

„Ich denke, es heißt SameDay, weil es am selben Tag ein- und ausgeliefert wird!"

„Ja schon, aber es gibt da verschiedene Möglichkeiten. Wenn das Paket abgeholt und ausgeliefert wird, kostet es 190 Mark. Wenn jemand in München zum Flughafen fährt, um es zu holen, sparst Du 30 Mark."

„Und was kostet es, wenn wir es hier in Hamburg beim Flughafen abgeben und Uwe nimmt es am Münchner Flughafen in Empfang?"

„Dann zahlst Du nur 130 Mark."

„Also dann, ab zum Flughafen. Dort frühstücken wir gemütlich und dann legen wir uns noch eine Stunde aufs Ohr. Das haben wir uns nach der anstrengenden Nacht verdient."

Neues Postgiroamt in Leipzig

Postbank investiert in den neuen Bundesländern

Die Postbank hat in Leipzig den Grundstein für ein neues Postgiroamt gelegt. Das künftige Postgiroamt wird sich in der Rohrteichstraße 16-20 in optimal verkehrsgünstiger Lage befinden.

Die Postbank wird in das Bauvorhaben in Leipzig 150 Millionen Mark investieren. 1000 Mitarbeiter sollen in dem neuen Gebäude dafür sorgen, daß der Zahlungsverkehr in den neuen Bundesländern bald mit modernsten Mitteln abgewickelt werden kann. Leipzig ist neben Berlin der zweite Postbankstandort in den fünf neuen Bundesländern.

Einmal Salto bitte!

Salto ist eine neue Zeitschrift für Kinder. Seit dem 1. Januar gibt es das neue Blatt an den Schaltern der Deutschen Bundespost für zwei Mark zu kaufen. Salto ist für Kinder im Alter zwischen acht und vierzehn Jahren konzipiert und enthält alles, was eine richtige Kinder-Illustrierte beinhalten sollte: Eine bunte Mischung aus Comics, Geschichten, Meldungen, Reportagen über Kinder und Erwachsene, alltägliche und besondere Menschen, ihre Hobbys, Tips und Tricks, aber auch ihre kleinen und großen Probleme, Ängste und Freuden.

Lebendig und bunt aufgemacht, entspricht die neue Post-Illustrierte für Kids den Seh-, Hör- und Lebensgewohnheiten der jungen Lesergruppe. Als besonderes Bonbon ist in jeder Ausgabe ein Tütchen mit zehn Briefmarken zu einem bestimmten Thema – in der Januar-Ausgabe zum Wintersport – zu finden.

Mit Salto möchte die Post Kinder als Kunden von morgen direkt ansprechen, sie unterhalten, ihnen Wissen vermitteln und sie zu einer phantasievollen und aktiven Freizeitgestaltung anregen. Also, auf zum nächsten Postschalter!

Amateurfunker unterstützen Sowjetunion- Hilfe

Zur Unterstützung des Hilfsprogramms für die Sowjetunion hat das Bundespostministerium die Bestimmungen für Amateurfunk vorübergehend gelockert. Deutschen Amateurfunkern ist es nunmehr erlaubt, Meldungen von sowjetischen Funkamateuren an deutsche Hilfseinrichtungen zu empfangen und an diese weiterzuleiten.

Deutsche Hilfsorganisationen haben außerdem den Wunsch geäußert, daß Funkamateure Hilfsgütertransporte in die Sowjetunion mit ihren Funkanlagen begleiten. Dazu ist die Genehmigung einer offiziellen Regierungsstelle der Sowjetunion erforderlich. Anträge dafür werden am besten über den „Arbeitsstab Sowjetunionhilfe" beim Auswärtigen Amt eingebracht.

Schnappschuß

Wo sie auch hinkommen — wir sind schon da. Telekom

Bei einer Fahrt an die Grenze zur ehemaligen DDR gelang Jürgen Wente dieser Schnappschuß. Der Telekom-Mitarbeiter von der OPD Hannover hat das gelbe Telefonhäuschen bei Ecklingerode aufgenommen. Zum gelungenen Foto kam dann noch der passende Spruch.

PRESSESPIEGEL

Frankfurter Allgemeine

Frankfurter Allgemeine, 8.2.1991

Videokonferenz vom Schreibtisch aus

Berliner System arbeitet mit Dokumentenkamera und Spezial-Telefon

Die Videokonferenz rückt seit Ausbruch des Golfkrieges mehr denn je in den Interessenkreis der Manager. Überall, nicht nur in Deutschland, geht die Reisetätigkeit zurück, und Konferenzen ohne Ortswechsel sind gefragt. Inzwischen gibt es hierzulande schon mehr als 250 Videokonferenzräume, die etwa 200 privaten Nutzern, zumeist Großunternehmen, gehören; der Rest ist Eigentum der Telekom, die 14 davon öffentlich vermietet. Nun ist selbst ein Videokonferenzraum im Hause offensichtlich noch nicht die Krönung des Komforts. Anders wäre es nicht zu erklären, daß das Berliner Heinrich-Hertz-Institut für Nachrichtentechnik ein System entwickelte, das sich „Videokonferenz am Arbeitsplatz" nennt. Dazu Dr. Lothar Mühlbach vom genannten Institut: „Zum Telefonieren geht niemand erst eine Etage höher oder fährt in einen anderen Stadtteil – das passiert doch alles von Arbeitsplatz zu Arbeitsplatz. Und ebenso kann künftig auch eine Videokonferenz durchgeführt werden."

DIE WELT

Die Welt, 5.2.1991

Bald „kurzer Draht" zwischen Ost und West

Das Telefonieren zwischen West und Ost in Deutschland soll bis zum Jahresende deutlich einfacher werden. Das kündigten Fachleute der Telekom und auch Unternehmer aus der Telekommunikationsbranche gestern in Hamburg an. Sie sprachen zur Eröffnung der Kommunikationsmesse „Online '91".

Dieter Gallist vom Vorstand der Telekom sagte, sein Unternehmen werde bis 1997 über die bislang geplanten 55 Milliarden Mark hinaus weitere fünf bis zehn Milliarden Mark in das Fernmeldenetz der fünf neuen Bundesländer stecken. Allerdings dürfte, so sagte Gallist weiter, das Investitionsprogramm erst Mitte der 90er Jahre seinen Höhepunkt erreichen, weil vorher die planungstechnischen Voraussetzungen geschaffen und genügend Mitarbeiter ausgebildet werden müssen.

Süddeutsche Zeitung

Süddeutsche Zeitung, 11.2.1991

Telekom will's funken lassen

Mehr Ferngespräche in die USA als nach Österreich

Die „Weltraum-Ohren" der Telekom in Raisting (Landkreis Weilheim-Schongau) werden demnächst eine ungewöhnliche Aufgabe übernehmen. Gab es bisher höchstens den räumlichen Bezug zum Starnberger See, so wird die Telekom mit ihren technischen Anlagen in Raisting nun die Kommunikationsverbindungen zu den Weltmeeren herstellen. Von April an geht dort das Projekt „INMARSAT" in Betrieb. „INMARSAT" bedeutet „International Maritime Satellite Organization", hat 58 Nationen als Partner und dient der Kommunikation von Land mit Schiffen und Flugzeugen in Europa, Afrika und Amerika. Aber auch zwischen Landfahrzeugen können Daten übertragen werden, so daß beispielsweise Speditionen jederzeit den genauen Standort ihrer Lastzüge feststellen können.

Doch das ist nur eine von vielen Aktivitäten der Telekom München. Auf einer Pressekonferenz in Coburg stellte ihr Chef Ernst Seitner auch andere wichtige Vorhaben vor. So ist für den 1. Juli in München der Start des digitalen „D1"-Telefon-Funknetzes vorgesehen.

Frankfurter Rundschau

Frankfurter Rundschau, 8.2.1991

Neue Leitungen nach Osten

Die Telekom wird in diesem Jahr 2300 zusätzliche Ost-West-Telefonleitungen schalten, um den Telefonverkehr zwischen den alten und neuen Bundesländern im Norden zu verbessern.

Der Präsident der Oberpostdirektion Hamburg, Alfred Meier, kündigte an, im April werde ein digitales Richtfunksystem mit 480 Kanälen von Lübeck nach Schwerin und Rostock in Betrieb gehen. Im zweiten Quartal werde sich der Telefonverkehr mit einer digitalen Richtfunkstrecke von Hamburg nach Schwerin und Rostock mit weiteren 1920 Kanälen normalisieren. Bislang seien 900 Leitungen geschaltet worden, sagte Meier. Seit Anfang 1990 sei der Telefonverkehr zwischen Ost und West im Norden auf das Siebenfache angestiegen.

Telekom Monitor
3/91 1. Jahrgang März 1991

Herausgeber:
Burson-Marsteller GmbH im Auftrag der Deutschen Bundespost Telekom, Geschäftsbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Verantwortlich:
Jürgen Kindervater
Redaktion:
Marion Schöberl (Leitung)
Eva-Alexandra Büttner, Günter Kutz
Burson-Marsteller GmbH (Dagmar Degen, Rainer Kiefer, Dr. Bernd Merkel, Doris Schmitt-Maisch)
Anschrift der Redaktion:
Generaldirektion Telekom, Fachbereich 042, TelekomMonitor, Postfach 2000, 5300 Bonn 1
Telefon (0228) 181-9425 Fax (0228) 181-8604
Anschrift des Herausgebers:
Burson-Marsteller GmbH, Untermainkai 20, 6000 Frankfurt 1
Für unverlangt eingegangene Manuskripte, Bilder und Zeichnungen wird keine Gewähr übernommen.
Freie Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Klaus Czerwinski, Gerhard Gottwald, Inge Gräßle, Jens Hiddenfeil, Marie-Luise Hoffmann, Dagmar Metzger
Fotograf:
Michael Ebert
Layout und Gestaltung:
Burson-Marsteller GmbH (Karl W. Henschel, Werner Liebchen)
Druck:
Druckhaus Dierichs, Frankfurter Straße 168, 3500 Kassel
Erscheinungsweise: monatlich
Auflage: 300 000
gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier

Telefonetikette: Auflegen verboten

Andere Länder, andere Sitten. Dies gilt auch für den landestypischen Umgang mit dem Telefonhörer. „TelekomMonitor" präsentiert die erste Folge des „Leitfadens für stilvolle Telefonate im Ausland". Die Fortsetzung droht.

Beim Telefonieren haben Japaner ein ernstes Problem: sie dürfen eigentlich nicht auflegen. Denn das Ende des Gesprächs, das deutliche Knacken im Hörer, wenn die Leitung unterbrochen wird, gilt als Unhöflichkeit, die man dem Gesprächspartner eigentlich nicht zumuten dürfte. Ein Telefonat kann aber auch in Japan nicht ewig dauern. Es bleibt ihnen also nichts anderes übrig, als sich zu entschuldigen: „Gomen kudasai", sagt der freundliche Telefonpartner, oder „Shitsurei shimas" - „Verzeihen Sie, daß ich unhöflich bin". Dann wird der Hörer sanft und vorsichtig auf die Gabel gelegt, um das unangenehme Geräusch möglichst stark zu dämpfen.

Zuvor hatte man sich selbstverständlich auch schon mit Höflichkeitsfloskeln überschüttet. Einige Japaner gehen sogar so weit, daß sie sich am Telefon vor dem unsichtbaren Gesprächspartner verbeugen - für Ausländer ein komisches Bild, wenn sie das in einer Telefonzelle beobachten. Wenn Sie mit einem Japaner telefonieren, vergessen Sie nicht, nach jedem zweiten oder dritten Satz von ihm ein „hai" („ja"), ein Räuspern oder ein zustimmendes „hmm" einzuwerfen. Das ist so üblich, und tun Sie das nicht, wird ihr Partner spätestens nach dem vierten Satz verwirrt fragen: „Sind Sie noch da?"

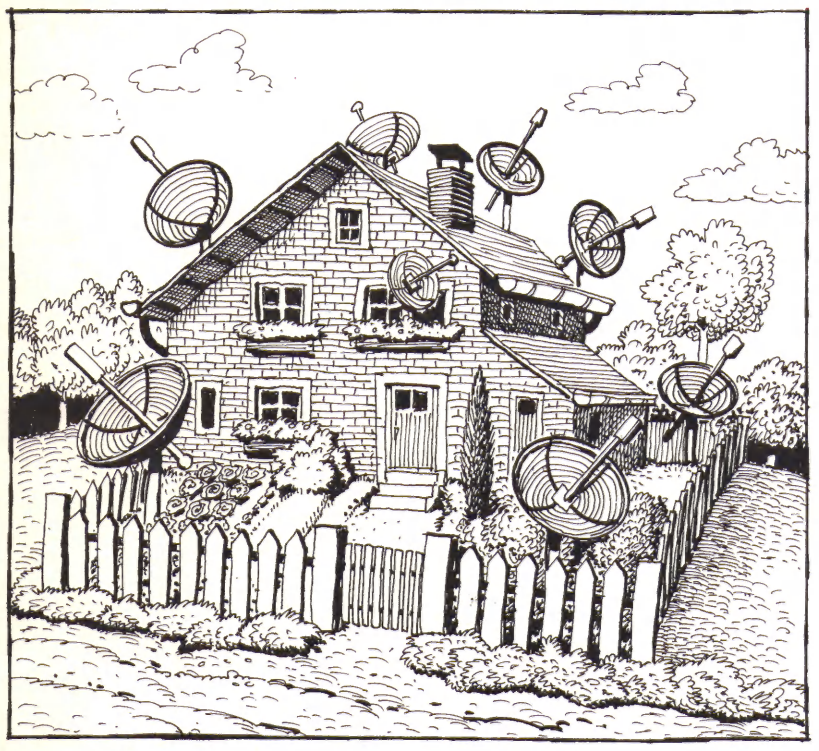
Aus Zeiten, in denen die Zahl der Anschlüsse noch klein, das Telefonieren noch ein richtiges Abenteuer, die Verbindungen noch schlechter waren, scheint auch das berühmte italienische „Pronto, pronto" zu stammen. Das aufgeregte Gespräch eines Italieners wird immer wieder durch ein „pronto, pronto" unterbrochen. Das ist für die Frau

oder den Mann am anderen Ende nicht etwa die Aufforderung, noch schneller zu reden, sondern heißt nur „Bitte?" und ist ebenfalls die Vergewisserung, daß überhaupt noch jemand zuhört.

In den hochtechnisierten USA sehen das die Gesprächspartner gelassener. Sie erwarten einfach, daß die Verbindungen stets perfekt sind. Ein Haus ohne Telefon ist für Amerikaner unvorstellbar. Meistens gibt es sogar mehrere Anschlüsse, unter Umständen für jedes Familienmitglied einen eigenen. Das ist auch notwendig, denn ein Gespräch dauert nicht selten zwei bis drei Stunden.

Vielen Amerikanern gefällt der Plausch am (drahtlosen) Apparat sogar besser als ein Treffen - man muß sich nicht umziehen, man kann es sich gemütlich machen, gleichzeitig fernsehen oder sein Fitneß-Programm am Heimtrainer absolvieren.

TELECOMic



Gewinnen Sie ...

... eine Reise zur Rad-WM nach Stuttgart mit einem Begleiter oder vier Telefonkarten im Wert von jeweils 50 DM. Sie brauchen nur die nebenstehenden fünf Fragen zu beantworten und den ausgefüllten Abschnitt bis spätestens 29. März 1991 einschicken an:

Redaktion „TelekomMonitor"
Stichwort „Rätsel"
Untermainkai 20
6000 Frankfurt am Main 1

Alle richtigen Einsendungen nehmen an der Verlosung teil. Nicht mitspielen dürfen die Redaktionsmitglieder von „TelekomMonitor". Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Viel Glück!

1 Wofür steht die Abkürzung ISDN?

2 Welche Vorwahl hat das neue D1-Netz?

3 Telekom investiert _____ bis _____ DM in das neue D1-Netz.

4 Die neue Hausfarbe der Telekom ist

5 Wann wird das neue D1-Netz in Betrieb genommen?

Foto: Hoechst AG

Glasfaserkabel: Option auf die Zukunft

Seit über hundert Jahren ist Kupferkabel das führende Übertragungsmedium. Milliarden Kilometer liegen weltweit in der Erde und auf dem Meeresgrund. Immer mehr Industrienationen setzen jedoch auf die Zukunftstechnologie Glasfaserkabel. Bricht nun eine neue Ära an, hat das klassische Kupferkabel ausgedient?

Vieles spricht dafür, wenn allein technische Daten in Betracht gezogen werden. Die Glasfasertechnologie ist dem Kupferkabel technisch um ein Vielfaches überlegen. Die Möglichkeit, Information mit Licht zu übertragen, erhöht die Übertragungsgeschwindigkeit und -kapazität. Zudem läßt sich mehr Information auf weniger Raum transportieren. Glasfasern mit weniger Durchmesser als ein Menschenhaar sind heute in der Lage, mehr Informationen zu übermitteln als dicke Kupferkabel.

In der Bundesrepublik hat sich die neue Technik Anfang der 80er Jahre in großen Buchstaben angekündigt: BIGFON, BIGFERN, BERKOM waren Pilotprojekte, mit welchen die Telekom Glasfasernetze systematisch an die kommerzielle Nutzung herangeführt hat. Breitbandiges Integriertes Glasfaser Fernmelde-Orts-Netz (BIGFON), Breitbandiges Integriertes Glasfaser Fernnetz (BIGFERN) und das Projekt „Berlin Kommunikation" (BERKOM) waren auch technisch Marksteine auf dem Weg der Telekom in die optische Nachrichtentechnik, die einen Eckpfeiler bei der Erneuerung der Fernmeldenetze in den Industrienationen darstellt.

Doch der Weg in die Welt der Glasfaserkommunikation ist lang und kostspielig. Denn die Herstellung der Glasfasern ist heute noch vergleichsweise teuer, ganz abgesehen von den Kosten, die durch den Austausch des über hundert Jahre gewachsenen Kupferkabelnetzes entstehen. Die Telekom zählt mit über 40 Mrd. Mark Umsatz und 16,5 Mrd. Mark an Investitionen im Jahre 1990 zu den drei größten Fernmeldenetz-Betreibern der Welt. 60 Prozent der Kostenbelastung wird dabei von den Investitionen in die Netz-Infrastruktur bestimmt.

Zu den hohen Investitionskosten, die mit der Glasfasertechnik derzeit noch verbunden sind, kommt auch die technische Komplexität, die mit der neuen Technik und dem Anforderungsprofil möglicher Kundenkreise verbunden ist. Für die Telekom stellt sich die Aufgabe, sehr unterschiedliche Kundengruppen (Geschäfts- und Privatkunden) in sehr unterschiedlich entwickelten Regionen (alte und neue Bundesländer) mit möglichst großen Synergieeffekten

Meilenstein: Berlins OB Eberhard Diepgen und Telekom-Vorstand Gerd Tenzer (Bereich: Netze, Satelliten, Logistik) bei der Verlegung des millionsten Glasfaserkilometers in der Spreestadt

über Glasfasernetze zu versorgen und gleichzeitig die Vielfalt der Glasfasersysteme gering zu halten.

Das Kupferkabel wird daher auf Jahre hinaus weiterhin einen bedeutenden Beitrag zur Leistungsfähigkeit der deutschen Kommunikations-Infrastruktur leisten. Im Februar 1991 hat die Telekom den millionsten Glasfaserkilometer in das bestehende Telekommunikationsnetz eingebaut. Im internationalen Vergleich ist dies sehr viel; im Vergleich zu den in öffentlichen Kommunikationsnetzen installierten Kupferkabelkilometern ist der Anteil der Glasfaser jedoch noch gering. Die Telekom ist jedoch bereit, ihre Option auf die Zukunft energisch in die Hand zu nehmen. Im Hinblick auf ein größer gewordenes Deutschland und den gewaltigen Bedarf in Osteuropa gilt es, Eigeninitiative vor regulatorische Zusicherung zu stellen.

Um den Ausbau der Zukunftstechnologie Glasfaser voranzutreiben, hat die Telekom bereits 1989 einen europaweiten Konzeptwettbewerb „Wirtschaftlicher Einsatz der Glasfasertechnik im Teilnehmeranschlußbereich" initiiert. Ziel war es, innovative Glasfasersysteme auszuwählen und zukunftsweisend eingeschätzte Konzepte in weiteren Pilotprojekten zu erproben. Im Geschäftsjahr 1990 wurde eine neue Organisationseinheit speziell für den Glasfasereinsatz im Teilnehmeranschluß-Bereich eingerichtet.

Die Weichen sind für die Glasfaser gestellt. Gerade in den neuen Bundesländern bieten sich hier einmalige Chancen: Von den etwa 55 Mrd. Mark, die hier in derzeit marode öffentliche Netze investiert werden müssen, fließen 6 bis 8 Mrd. Mark in Fernmeldekabel. Dabei handelt es sich vorwiegend um Neuinvestitionen - eine für den Einsatz neuer Techniken wie der Glasfasertechnik geradezu ideale Voraussetzung. Eine Voraussetzung mit politischer Perspektive: Hier ist die Mittlerrolle der Telekom in der Entwicklung der Telekommunikation der neuen Bundesländer und im weiteren der osteuropäischen Länder angesprochen. Und eben diese Mittlerrolle ist Voraussetzung für eine führende Position, welche die Telekom in einem politisch schnell zusammenwachsenden Europa mit seinen - für traditionelle Netzbetreiber - immer durchlässiger werdenden Märkten, spielen kann.

Die ersten Schritte zum europaweiten ISDN

Nach den Niederlanden haben jetzt auch die France Telecom und die British Telecom ihr ISDN-Netz mit dem der deutschen Telekom zusammengeschaltet.

Die ersten Schritte in Richtung eines europaweiten Telekommunikationssystems verschiedener Dienste tragen dazu bei, ein infrastrukturelles Fundament für die Wirtschaft im gemeinsamen europäischen Binnenmarkt ab 1993 zu schaffen. Unter diesem Gesichtspunkt wurde schon frühzeitig mit dem Ausbau der europäischen Vernetzung begonnen.

Die Zusammenschaltung mit dem französischen Netz NUMERIS im November vergangenen Jahres stellt die zweite grenzüberschreitende Verbindung zur Bundesrepublik dar. British Telecom folgte im Dezember 1990. Die nächste Verbindung zu einem leistungsfähigen Kommunikationsweg innerhalb Europas ist mit Italien und Dänemark geplant.

1992 soll dann europaweit das ISDN realisiert sein. Davor steht jedoch noch die Standardisierung des europaweiten ISDN. Die France Telecom und die deutsche Telekom haben sich hier bereits weitestgehend angenähert. Mit weiteren 25 Betreibern aus zehn Ländern hat sich die deutsche Telekom im Rahmen eines „Memorandum of Understanding" zur koordinierten Einführung eines europaweiten ISDN-Standards verpflichtet.

Auf einer Pressekonferenz mit Live-Schaltung anläßlich der Zusammenschaltung des deutschen und des französischen Netzes konnte die Übertragungsgeschwindigkeit mit Hilfe der optischen Illustration eindrucksvoll belegt werden. Während das letzte Stück des Dokumentes im Faxgerät in Paris noch nicht ganz verschwunden war, kam bereits der erste Dokumententeil in Bonn aus dem Fernkopierer. Bei der deutsch-französischen ISDN-Kommunikation müssen allerdings im Vorfeld der ISDN-Schaltungen sogenannte Signalisierungsverfahren eingesetzt werden, damit die Netze sich untereinander verstehen.

Damit ab 1993 möglichst viele Nutzer von der leistungsfähigen Kommunikation via ISDN in alle europäischen Länder Gebrauch machen können, forciert die deutsche Telekom derzeit den Ausbau des ISDN. Im letzten Jahr wurde die ISDN-Landkarte in Deutschland immer dichter, so daß 1991 zwischen 70 und 80 Prozent aller Geschäftskunden Zugriff auf ISDN haben werden.

In den alten Bundesländern soll 1993 eine Flächendeckung erreicht sein. Berlin und Leipzig werden die ersten Anschlußstädte in den neuen Bundesländern sein. Die deutsche Telekom rechnet mit 1,5 Millionen Interessenten.

Der Durchbruch wird zum einen durch einen Preissturz der Endgeräte durch die Internationalisierung des Marktes erwartet und zum anderen durch PC-Adapterkarten für das ISDN, die teilweise eine zusätzliche Investition in Endgeräte erübrigen.

Personal Computer bieten aufgrund ihrer vorhandenen Intelligenz die Basis für multifunktionale Endgeräte. Ein PC muß dann nur noch mit einer entsprechenden ISDN-Schnittstellenkarte ausgerüstet werden. Die spezifischen Endgeräte-Funktionen werden dann über die Software realisiert.

Eine zukünftige Attraktivität verspricht man sich außerdem von der Einführung der Bildtelefone in den nächsten zwei bis vier Jahren. Ab 1994 soll durch eine hohe Stückzahlproduktion von Bildtelefonen ein Gerätepreis von nur 2000 DM erreicht werden.